



Rich Dad's
ADVISORS™

富爸爸顾问系列
罗伯特·T·清崎
亲笔题序

富爸爸

销售狗

要想在销售行业中取得成功，
你不一定非得是一只凶猛的斗犬

(美) 布莱尔·辛格 著 张春波 张疆 译



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

www.chinabook.com.cn
中国书网

Sales Dogs

富爸爸

銷售狗

要想在销售行业中取得成功，你不一定非得
是一只凶猛的斗犬

(美)布莱尔·辛格 著

张春波 张疆 译

電子工業出版社

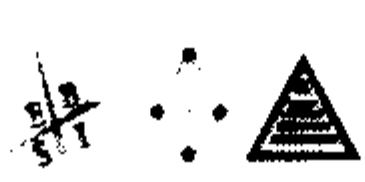
Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Sales Dogs by Blair Singer

Authorized translation by GoldPress, Inc. from English language edition published by
Warner Books in association with CASHFLOW Technologies, Inc. and BI Capital, Inc.
Copyright © 2001 by Blair Singer.

CASHFLOW is the trademark of CASHFLOW Technologies, Inc.

  are trademarks of
CASHFLOW Technologies, Inc.

Chinese translation © 2004 by Publishing House of Electronics Industry and Beijing Reader's Cultural & Arts Co., Ltd.

All rights reserved.

本书中文简体字版专有翻译出版权由 GoldPress Inc. 公司授权电子工业出版社
和北京读书人文化艺术有限公司。该专有出版权受法律保护。

版权贸易合同登记号 图字：01 - 2003 - 7072

图书在版编目(CIP)数据

富爸爸 销售狗 / (美) 辛格 (Singer, B.) 著; 张春波, 张疆译. - 北京: 电子工业出版社, 2004. 7

书名原文: Sales Dogs

ISBN 7 - 121 - 00003 - 2

I. 富… II. ①辛…②张…③张… III. 销售学 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 056343 号

策 划: 胡祥玫

责任编辑: 赵 菁 特约编辑: 胡祥玫 沐融融

印 刷: 北京中科印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 900 × 1280 1/32 印张: 8.875 字数: 182 千字

印 次: 2004 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 23.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店
售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077。质量投诉请发邮件至
zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

声 明

本书旨在就相关问题提供概要知识。不过，各地区的法律制度和具体操作规程都各不相同，而且所有的制度和规程都不是一成不变的。鉴于每种具体情况都有各自的特点，特殊环境应给予特殊考虑，给当事人提出的有关建议也应该是因地制宜的。因此，建议读者在面对个人具体问题，还是要去咨询自己的顾问。

在本书的写作过程中，作者的态度相当谨慎，力图确保书中所述的事实在本书写作之时是正确无误的。需要特别声明的是，对于因使用或操作本书所提供的信息而造成的不良后果，作者与出版商不承担任何责任。另外，本书提供的信息不应该被视为解决个人问题的法律建议。

谨以此书献给所有曾试图让下属
“老狗尝试些新花样”的、
孤军奋战的销售经理们！

献给我的儿子本杰明，
他就是一只**超级销售狗**！

致 谢

我只能说我这一生非常幸运，因为我有世上最好的老师和最好的领导。你也许不会在《财富》杂志上看到他们的名字，他们的名字可能也不会被载入史册，或是出现在《世界名人大全》上，但是，正是他们让我今天的生活如此丰富多彩。他们似乎总是在我左右，就像巴克敏斯特·富勒博士说的那样，“总是出现在紧要关头！”我惟一的愿望就是把我从他们那里学到的一切传递下去，让别人也受益，以此来表达我对这些老师们的崇敬之心。

在给予我激励与帮助的这些人以及老师当中，首先要感谢艾琳——我的妻子，她给了我不懈的支持，并让我认识到纯洁的爱情所蕴涵的真正意义。还有我的儿子本杰明，他给我带来的激励与鼓舞是迄今为止最让我惊叹不已的。我亲爱的朋友罗伯特·T·清崎，他以非凡的智慧帮助我完成了这个项目，没有他，我可能至今都没有找到自己的人生定位。而吉姆·清崎对我而言，一直是一盏指引我前行的明灯，我从他那里得到了大量的信息，并得到了来自他个人的全力支持。感谢我的父亲和祖父，他们过去

是、现在仍然是当今最了不起的销售狗。他们教我如何做一个勇敢、正直、幽默和有毅力的人。我的母亲和我的祖母让我看到了爱和承诺的力量。我的兄弟和两个姐妹，他们一直是我最好的朋友和我最好的宣传者。此外，我还要感谢在我生意上的指路人罗伯特·艾特尔森，没有他，我可能现在还在俄亥俄开拖拉机呢。

感谢我的朋友戴维·埃弗里克，他一直不遗余力地为我提供非常了不起的建议，为我指引方向。还要谢谢所有支持我的朋友们，是他们让这一切变为可能，他们是：韦恩与林恩·摩根、基斯·坎宁安（超级看家狗）、赫尔曼·莱特（冠军销售狗）、理查德与维洛尼卡·丹、P·J·约翰斯顿与苏茜·戴夫尼斯、保罗与温迪·百金汉克汉姆、卡洛尔·莱西、劳伦斯·韦斯特、杰恩-泰勒·约翰逊、波林·亚伯、布伦达·桑德斯、杰米·丹佛斯、朱莉·贝尔登、戴安娜·科尔斯、雪莉·迈索那夫、切里·克拉克、D·C·哈里森，感谢所有多年来不惜投入宝贵时间为我提供知识和帮助的朋友们。

特别要感谢卡伦·麦克莱迪，她是个写作天才，是她使《销售狗》具有了很强的可读性，简明易懂，而且多年来是她最终把我想说的话正确地叙述了出来。感谢迈克·雷诺和他的工作组，感谢他们设计的网页，以及他们为本书所投入的一切努力。

当然还要感谢爱因斯坦，是他将艺术、幽默和创造力完美地结合在一起，正是这一点赋予了《富爸爸 销售狗》生命和不断创新的精神活力。

序

我的富爸爸说：“你的财富、你的权利还有你的幸福
都会随着你的交际能力的提高而越聚越多。”

——罗伯特·T·清崎

穷爸爸的建议

我从越南战场上回来时，觉得自己该决定到底是听从谁的意见了。我是该跟随我富爸爸的脚步呢，还是要继续走穷爸爸的老路？我的亲生父亲说：“你应该再回到学校去读书，拿一个硕士学位。”我问他为什么要拿硕士学位，他说：“这样你就能在GS评分中拿到高分，就能找到一份薪水比较高的工作了。”于是我问他：“什么是GS评分呢？”

我爸爸接着解释说，GS代表“政府服务(Government Service)”，高学历有助于拿到更高的GS评分，而更高的GS评分就意味着更高的薪水。当时我还在美国海军陆战队服役，从一个政府机构转到另一个政府机构，在我看来实在谈不上是什么首选。

我很热爱海军，但是我并不喜欢政府机构中的人事制度，在那里，提升一个人总是要看他的年龄、学历、任期和其他个人无法把握的因素。我就曾目睹了很多能力很差的官员得到了提升，而能力较好的人反而得不到提升，前者都是些“惟命是从”的人，而绝非出色的领导人。

我爸爸建议我重返校园，无非就是让我再次进入政府部门，在更高的工资水平上为政府工作，这实在让我兴奋不起来。我想寻找一个能靠自己的理财本领实现个人发展的机会，而不是一切都要取决于我的学校成绩和我的政府工资水平。我绝对不想在自己的有生之年受雇于一个体系，听凭这个体系来裁决我能挣多少钱，能得到什么样的福利，谁比我年限长、职位高，什么时候我能退休，退休后可以拿多少钱。

富爸爸的建议

我告诉我的富爸爸，我决心走他的路——进入商界，他没有鼓励我重新回学校去读书，而是说：“如果你想进入商界，就必须首先学会如何推销。”

“学推销？”我说：“但是，我要做个企业家。我要和你一样。我要拥有大企业，手下雇很多人为我工作。我要投资房地产，拥有土地和高大的房屋建筑群。我可不想去当个推销员。”

富爸爸对我的幼稚无知只是付之一笑。

“你笑什么？”我问道，“销售和企业建设、人事管理、筹措资金、投资都有什么关系啊？”

富爸爸又笑了笑，说：“有着千丝万缕的关系。”

态度的转变

在《富爸爸，穷爸爸》一书中，读者能了解到我是在一个教育之家长大的。家人认为我们理所应当地该去争取硕士学位，甚至博士学位。

高学历被赋予了极其尊贵的地位，而在天平的另一端则是推销员。在我们这个知识分子之家，推销员从事的职业被视为最低贱的职业。我的富爸爸告诉我说进入商界的第一步就是做个推销员，立时，我们家对推销员的鄙视一下子就涌了上来，让我全身上下、从思想到心灵深处都无法摆脱这样的成见。如果我要接受富爸爸的建议，就要让自己对销售以及对当个推销员的态度来个180度的大转变。

锡 人

几年前，好莱坞推出了一部影片，叫《锡人》。故事讲的是几个推销员，挨家挨户地推销房屋里用的铝制壁板。虽然这是一部很搞笑的电影，但是我看这部片子时却怎么也笑不出来。我之所以笑不出来，就是因为这部影片太真实了，和现实生活一模一样。

我上中学的时候，我父母有一次曾经让两个“锡人”进了我们家。这两个人和我父母一起坐在厨房的桌子边，开始大力推销。大概一个小时以后，这两个推销员得到了一份签好的合同。我妈妈填好了一张押金支票，这时其中一个推销员站起身来，和我的父母握手，然后朝自己的车走了过去。买卖成交了。

接着我们都听到了一种声音，一种劈木头的声音。爸爸、妈妈、另一个推销员、我兄弟和我都跑到门外，冲下楼梯。楼梯下



面站着的是刚刚回到车上的那个“锡人”，他从后备箱里拿出了一根铁棍，正挥动着，朝我们家房子的一角劈去呢。

我父母惊讶得连话都说不出来了。他们都惊呆了，不敢相信眼前发生的事情。“你这是干什么？”我爸爸终于问道。

“别担心，清崎先生。”这个“锡人”一手拿着铁棍，一边说道：“我们不过是开始工作而已。”

接着，第二个“锡人”也走到车旁，拿出一块铝制壁板，两个人把它钉在了房子被砸破的地方。“好了，”其中一个说道，“工作已经开了头了。等我们收到你的钱，就回来把剩下的工作做完。”说完，这两个人就跳上车扬长而去了。

一连好几个月，我们家房子的一角就一直那样破裂着，上面耷拉着一块破破烂烂的铝制壁板。我父母特别难受，几个月来一直吵个不停，好多晚上都睡不着觉。他们试图解约，把钱要回来，还提出让对方把房角修好。我记得妈妈对我说：“要是你爸爸因为这两个推销员的所作所为犯了心脏病，气死了，那我永远都不会饶恕他们。”我当时也很为爸爸的身体担心。

那两个“锡人”再也没回来。经过六个月的电话热拨后，铝制壁板公司最终把合同邮寄回来了，上面盖着取消的字样。虽然我父母争取解除了合同，但是那家公司拒绝返还已经预付的那部分押金，也没来给我们把房角修好，于是战争还在继续。我们隔壁的邻居这几个月一直关注着此次事件遗留下来的烂摊子，最后他终于忍耐不住，将壁板扯了下来，把铁棍捣毁的地方修补好了。从那以后，我父母不提则已，只要一提到那些推销员，就必定会骂他们个个都是狡诈、懒惰、谎话连篇、投机取巧、四处游荡的人渣，恨不得把所有他们能想到的贬义词都堆到推销员的身上。

如今“锡人”事件已经过去大概十年了，而现在我的富爸爸

居然建议我学做一个职业的推销员。富爸爸在和我说这些话的时候，我的脑子里只盘算着一件事情，那就是：“我怎么和我爸爸说呢，说我要做个‘锡人’？”

我所得到的最好的建议

如今，要是有人问我，他们初涉商界应该做些什么，我给他们提出的建议和我的富爸爸当年给我提出的建议一模一样，就是去找一份销售工作。我告诉他们，我的富爸爸曾建议我找一份可以提供正规销售培训的工作，而这可以说是我所得到的最好的建议。

这些年轻人没有意识到这个建议中蕴涵的高明之处，他们和我当初作出的反应一样：“可是我有大学学历。我难道不应该从管理做起吗……怎么能去做推销呢？”

在这种情况下，我总是把锡人的故事说给他们听，然后再把我的富爸爸对“锡人”的评价也说给他们听。关于“锡人”，我的富爸爸是这么说的：“这个世界上布满了‘锡人’。所有的行业里都有这样的人，不仅是在推销界。在教育界、医学界、法律界、政界和宗教界都有这样的‘锡人’。所以不要因为你遭遇过几个‘锡人’，就对整个推销行业妄下评语。‘锡人’之所以成了‘锡人’，是因为他们不是优秀的推销人员。操纵、欺骗、施加压力、假装诚信、虚伪的微笑，这些都不是销售。销售是交际。真正的销售是要付出关心，认真聆听，解决问题，为你的伙伴提供服务的。”

对富爸爸而言，销售意味着一种能力，一种超越个人疑虑、恐惧和欲望的能力，而推销意味着每天抱着同一个信念而四处奔



忙，这个信念就是为我们的伙伴提供服务。在他看来，这就是销售的全部含义。他说：“真正的销售或交际不在于你能拿下多少订单，或者你提成的支票数额有多大。真正的销售意味着你对公司的产品或服务满怀激情，同时对自己同类的需要、目的和要求充满理解。”

富爸爸相信互惠法则，也就是所谓的黄金法则。他很清楚，不能仅仅依靠提成支票来衡量一个人的销售能力。相反，他说：“要不断提高你个人的销售能力和交际能力，如果你能使用自己的技巧来帮助他人，那么你的生活也将得到改善。”他不断强调这一点，说：“你的财富、权利和幸福都将随着你的交际能力的提高而不断积累。这个技巧是你在商界，乃至在人生当中最重要的技巧，用你的技巧去改善他人的生活，而你的生活也将得到改善。”

不管你选择的是哪一门生意，交际能力和销售能力对你的成功来说都是至关重要的。

伟大的领袖都是伟大的交际家

最终让我转变态度、决定进入销售界的主要动力是，富爸爸指出，伟大的领袖都是伟大的交际家。富爸爸让我回想一下林肯在葛底斯堡演说词中表现出的非凡力量。富爸爸说：“他成功地推销了这样一个观点，那就是这场战争是一项伟大的事业，为这个事业而战是值得的。”富爸爸还提到了约翰·肯尼迪，说肯尼迪在有关登月计划的演讲中成功地推销了一个观点，就是我们应该把人类送上月球。作为一个虔诚的教徒，富爸爸还提到了特蕾莎修女等人，讲述了他们如何默默地向世人推销一种关爱人类的

理念，以及这些人在这一推销过程中所表现出的超凡能力。

富爸爸说：“如果你梦想着有一天自己能成为某个领域内的领袖人物，那么你就要不断地努力提高自己的销售能力，因为正是这种能力造就了伟大的领袖。正是他或她推销某种信念的能力使人们的生活乃至人类的历史发生了彻底的改变。”

开始销售训练

1974年，我离开了美国海军陆战队，来到施乐公司就职。我之所以选择施乐，是因为它能为职员提供非常出色的销售培训。实际上，这是一个他们向其他公司做营销的项目。不过，除了他们的销售培训项目非常出色之外，同样吸引人的是，真正的课堂就在销售办公室里和大街上。

对我来说，学习推销是我所经历过的最难的一件事了。我是一个很怕羞、很内向的人，每次我去敲人家门的时候，心里那份恐惧简直比上越南战场还要厉害。在最初的两年里，我痛恨自己的这种恐惧以及我每天上午都要经历的这种磨难。我痛恨不得不对我的销售经理说，我这个月的业绩又很糟糕，又是什么都没卖出去。我痛恨看到自己的提成支票，它让我意识到自己这个月很可能又要入不敷出了。我痛恨学习推销的每一个环节——可这也是我所经历的最好的商务培训。我可以很坦诚地说，我今天所拥有的财富、权力和幸福都和我的销售能力以及交际能力直接相关。

销售狗的重要性

布莱尔·辛格是我20年来最好的朋友之一。他是一个了不起



的交际家、一个了不起的老师，也是一个很了不起的人。他的著作《销售狗》给这个平日枯燥、严肃的主题抹上了一丝幽默的色彩。布莱尔和我第一次谈到他的这本书时还是在1999年，当时我们都回想起了自己当初还是个推销新手时参加销售会议的情景，坐在会议室里的是各种各样的销售人员。每个星期一早上，我们这些性格迥异的人都要齐聚一堂，等待销售经理来发布鼓舞士气的演讲，我们当时老拿此举开玩笑，总是暗地里窃笑不已。就是在那个时候，布莱尔曾经这样说过：“要训练整整一屋子的销售人员，简直要比训练整整一屋子的狗都可怕。”就是在那个时候，他提出，一个商业销售部门就像一个狗窝，里面有各种不同的混种狗和纯种狗。就这样，销售狗培训项目诞生了。

能请来布莱尔·辛格做富爸爸顾问，并把他的《销售狗》一书纳入富爸爸顾问系列，我深感骄傲。如果我的富爸爸今天还在世的话，他也会为此而感到骄傲和开心。如果我的富爸爸在这里，他一定会对你说：“坚持提高你个人的销售能力和交际能力，你的财富、权力和幸福都将随着你的交际能力的提高而不断积累。”

请来读读这本书吧，把这样一次阅读当成是一种享受和学习，然后在它的指导下前进，获取你想要的财富。

——罗伯特·T·清崎

免费！

录音下载

对每一本书的读者，我们都要奉上一份采访录音以资鼓励，该录音为你提供了更多、更深刻的见解。对你能来读读这本书，我们要说一声“谢谢你”，而为了表示感谢，欢迎你登录网站 www.richdad.com/advisors。

感谢你对理财教育所表现出的热情与兴趣。



富爸爸

销售狗

XVI

前 言

在罗伯特·T·清崎所著的《富爸爸财务自由之路》一书中，他提出了 E（雇员）、S（自由职业者）、B（公司所有者）、I（投资人）这四个群体类别。显然，积聚财富的最好机会都集中在 B/I 这一边。可是对很多人来说，取得生意上的成功乃至建立一项业务所面临的最大的障碍，莫过于对销售的恐惧和厌恶，以及个人销售能力的欠缺。如果你不会推销，你就无法开展任何业务。销售和领导是相辅相成的，因为两者的重心都是要向他人展示一个更好的构思，并说服人们为了这个构思而采取积极的行动。我从没见到任何一个了不起的领袖人物不知道如何推销、不知道如何说服别人或影响别人。

对那些还没有准备好进入 B 象限，或者根本就不想进入 B 象限的人来说，还有另一个创收的机会，而这个最大的潜在机遇就在于学习推销。一旦掌握了这个工具，你就能通过提成、版税、股本和红利从销售中积聚大量的资金，以使自己尽快进入 B 象限或 I 象限。和那些守着固定收入的人相比，你可以得到更高的报酬。你不用再乞求别人给你加薪，不用再期盼别人对你大发善

心，你只需自己走出去，去推销更多的产品。

我的爸爸（不是富爸爸也不是穷爸爸）和我的爷爷给我留下了一份非常了不起的财富，这笔财富就是一种认知能力。我认识到自己可以在任何时间、任何地方、任何一个角落里创造收入。他们让我认识到，如果我提供的一件产品、一项服务或是一个机会能够满足或超越另一个人的需要，那我就总能赚到钱。而我要做的就是把它推销出去！

如果你有意在 B 象限中取得成功，那你就必须成为一只销售狗。否则，你就只能空有伟大的梦想，却一事无成。

我之所以写《富爸爸 销售狗》这本书，是因为在这 30 年里，我一直在从事和销售有关的事情。在这个领域里，我亲眼目睹了世界各地的许多人获得了令人难以置信的成功，同时也有许多人经历了巨大的挫败。只要对一些有关销售和交际的基本理念进行一番深入的研究和探讨，我们就可以将低潮出现的几率控制在最小范围内，而让高潮不断掀起。

我自己也养了一只狗。多年来，我发现我们的这些犬科朋友和我们人类之间存在着很多惊人的相似之处。除了这个人类最好的朋友，我们在世界上再也找不到一个更好的伙伴了。从古到今，狗总是护卫着自己的主人，为主人寻觅食物，在主人孤独的时候付出无尽的爱与友情。它们镇定自若、勇往直前、永远乐观、持之以恒——和任何一个了不起的销售人员别无二致。

如果你能读完这本书，并能从中学习，再学以致用，那么你终将发现，下文所述的四种情况中至少有一种将发生在你身上：

1. 如果你一直就很喜欢推销，那你的收入将出现质的突破。
2. 如果你对自己干推销这行不是很满意，那你将变得昂首挺

胸、得意扬扬、蓄势待发。

3. 如果你没做过推销，那你要么将考虑进入这个行业，要么将重新审视自己的能力，意识到自己能对周围世界产生何等巨大的影响。
4. 你将考虑去买一只狗！

在今天的商界，我们的评判标准就是看谁能使自己的服务、产品、机会或视点激发公众最大的兴趣、最高的热情和最忠诚的支持。现实中，有的人赚到了大把的钞票，也有的人在平庸中痛苦挣扎。

差别究竟在哪里？你怎么才能成为这场战役的胜者，将他人的精力、承诺、时间和金钱都吸引到自己身边来？

答案就在我们自身，就在我们每个人先天具备的才能和后天习得的技巧当中。只要我们具备了最出色的才能，并掌握了最有效的技巧去吸引他人、对他人产生影响，那我们就能获得最佳的销售业绩，赚到最多的钱。

为了实现这一目标，我们首先要为大家指出一些误区。

误区一

要想取得成功的销售业绩，你必须成为一只凶猛的“军犬”。只有某些人才能做销售。

事实一

长久以来，开启销售大门的“钥匙”一直都被视为神圣之



物。数不清的书籍、音像制品还有大师们都自称掌握了销售和成功的秘诀。我们对销售进行解剖、分析、系统化、专业化和“净化”，结果，最终我们远离了销售的本质，反而忽略了最简单的道理。

这个道理就是，要想取得成功的销售业绩，你不一定非要成为一只只能穿越枪林弹雨的“军犬”。这只是销售狗当中的一种而已，事实上，销售狗共有五个品种。如果你能发现自己属于哪个天然品种，然后把你天生的本领发挥出来，问题就简化成了如何发挥你最大的潜质。如果你能继续向前，从其他品种的销售狗那里学习一些技巧，那你就能获得更大的成功。

例如，金毛猎狗是世上最快乐、最友好、最让人怜爱的狗——他会利用一切机会冲你摇尾巴，把你从头到脚舔个遍。但是，如果你胆敢对他的主人发起威胁的话——突然之间，他再也不那么友好了！金毛猎狗天生的本领是友好、可爱，但是经过训练，他可以具备美洲鬃犬的本事。

我们都是具有自身特点的个体，任何把我们倒入一个固定模子里炼成特定的、完美的推销员的企图从一开始就注定是要失败的。这样的努力不会取得任何结果，只会让我们这一大群人不开心、不成功。

误区二

我们常常被告知，必须全面发展，掌握一个销售人员应该掌握的每一种技巧，拥有一个销售人员应该拥有的每一种本领。不可能！这样的人根本就不存在！传统意义上，我们要接受评估，然后被告知必须克服自己的弱点。我们常常被迫与自己的本性相

抗争，而这种争取完美的努力却是徒劳无功的。

事实二

成功的秘密并不在于全面发展。我们不需要对每一个人都应付得面面俱到，我们需要做的就是做回自己，清楚并接受自己是怎样的一个人，然后用这样的自我认知来发挥自己的能力，把这种能力转化成资本。

任何试图把弱点转化成强项的努力都是浪费时间！发现你能做好的事情，把这些能力充分利用起来，这就足以让你具备相当的竞争力了！

我要告诉你，你完全可以做你自己，你看怎么样？

我要告诉你，你只要做你自己，就可以从销售当中再赚到成千上万元的钱，你看怎么样？

我要告诉你，我来教你怎么做到这一点，你看怎么样？

误区三

所有的销售人员都是嗜血成性的鲨鱼。

有的人（嘿，也许就包括你在内）在选择职业或是自己想见的人的时候，最不愿意选择的就做销售或是销售人员，在他们眼里，推销员还不如下水道修理工和核试验里的活人实验品呢！

对你们这些抱有类似想法的家伙们来说，“接受”别人的推销都是生不如死，更不用说自己去推销了。只要一提起这个字眼，你们的眼前就会跳出这样一个形象——一个叼着雪茄的懒鬼，狡诈多端，整天挖空心思利用他人。



事实三

首先，如果你害怕别人会这么看你，或者你怕自己有这样的想法，那你就很难做出超人的成绩。你对这个职业的畏惧或厌恶将影响到你的工作成效。

推销员不过是信息的采集者和发布者，采集并发布所需服务、产品和机会的信息。你要想做推销，首先就必须转变你对销售的看法。约翰·肯尼迪曾经做过推销，马丁·路德·金做过推销，甘地做过推销，你的孩子们也在不停地做推销。迈克尔·戴尔^①、路·郭士纳^②、沃伦·巴菲特^③、温斯·伦巴迪^④、你的上级还有你的父母——他们都做过推销。这些人都曾经在关键的时刻为大家提供了重要的观念，帮助人们在生产、能力以及个人发展上进入一个更高的层次。你选择的形象就是你自己的形象。

误区四

我一生当中一直在从事销售——没有什么是我不知道的。

事实四

我们今天生活的这个世界与我们昨天经历的世界、我们明天

① 戴尔计算机公司主席。——译者注
② IBM 公司董事会主席兼首席执行官。——译者注
③ 美国著名金融家、首富。——译者注
④ 美国绿湾步行者橄榄球队传奇教练。——译者注

将要面对的世界都不尽相同。在历史上，没有哪个时期会出现如此迅速的变化。昨天还管用的东西明天就未必有用了，所以成功的销售狗必须不断学习，走在变化的前面。

《富爸爸 销售狗》一书要传授的是一种思维方式，这种思维方式将使你具备一种必胜的心理与情绪优势。它教授的是技巧、技能和战略，这些必将提高你的推销能力。

甚至连老销售狗都能重振雄风，具备相当的竞争力——只要他们能投入地去学习、去成长。所有的狗都能狩猎——有的狗只是因为吃得太好或者锻炼太少，因此忘记了该怎么狩猎而已。不能狩猎的狗完全是自作自受，他们要么自我中心意识太强，要么缺乏学习的欲望，不愿意发展和掌握新的技巧。这样的狗再也不能和街上那些小狗一争高下了。要想保持实力，就必须坚持学习。

误区五

我不在销售行业工作。

事实五

不管你是否把自己当成一名销售人员，总之，销售课程具有让人难以置信的价值。不管你想从生活当中获取什么，销售知识都将帮你实现愿望。

我坚持认为每个人都在做销售。如果你结婚了，如果你已经为人父母，如果你是个企业家，如果你是一名雇员，事实上，如果你有一种冲动，那你在大部分时间里就处于异常激烈的销售竞



赛中。生活就是销售，而你的销售团队会随着你个人的变化而变化，这个团队里有哪些人完全取决于你正处于生活的哪个阶段，以及正面临着怎样的危机或局势。

你如果在和别人合作，那么处理纠纷以及劝说他人便成了家常便饭。同样，和你的老板、你的银行、你的兄弟姐妹、你的卖主买主以及住在你隔壁的那个家伙打交道，都是销售过程中的一部分。

不过，你能赢得的最重要的一份销售合同就是和你自己签下的那份。你是你自己最苛刻的评论员、最难对付的客户，是给自己不断提出否决或异议的一部机器。可即便如此，你还是必须每天都努力说服自己，向自己推销。

销售中所蕴涵的技巧可能是对人们生活影响最大的一种看得见的技巧。我可以告诉大家，学习并掌握这些技巧为我编织了这一生的图案。我的婚姻、家庭、事业、朋友还有生活格调之所以有这么高的质量，完全都是因为我学习并应用了从销售中领略到的这些技巧。

而且这其中的绝大部分内容不是从任何销售培训课程或高薪聘请的顾问那里学来的。它来自于 30 年不断的观察、理解和实践。这本书你看的次数越多，你的生活就会变得越轻松、越富有、越有价值。

《富爸爸 销售狗》一书对我们进行了一番既严肃又不恭的审视。每个人内心都有一只“狗”。每个人的内心还都有一件珍宝。《富爸爸 销售狗》试图教你同时看到这两者的存在。

《富爸爸 销售狗》有一点幽默，它提供了一种出色的个人发展培训，并讲授了许多具有突破性的技巧，是专为让你成为自己理想中的成功人士而设计的，让你完全为自己以及为他人的利

益而服务。你提供的服务越多，得到的回报也就越多。

《富爸爸 销售狗》将使任何一种销售都变得简单起来。你将学会认识自己，认识自己归属于哪种销售狗，这样你就可以把自己的才智兑换成现金。本书还将教你从其他品种的销售狗那里学会最好的销售技巧、心理技巧和情绪技巧。这样你就能提高自己天生的本领，成为该领域里的领军人物。

《富爸爸 销售狗》为你提供一种方法，帮助你发现自己的强项，并将它转换成资本。

销售是一段真正意义上的个人发展旅程。你所学习的所有有关销售，有关人，有关展示，有关营销，有关处理异议的技巧都将给你的口袋里直接装上现金。每天你都在学着了解你究竟是谁，你是由什么构成的。

这是怎样的一种探险啊！

一只真正的销售狗知道，热情、充满活力和出色的培训能给人带来满足感，带来现金！这本书是你拥有的个人培训项目，它将伴你走向一种更富有、更快乐、更享受的生活。你读得越多，推销出去的就越多，而得到的乐趣也就越多。

来，让我们去打猎吧。

提示

虽然本书中有的章节好像是专门针对销售经理的，但实际上，本书的内容是面对所有的销售人员的。它将帮助你——一名销售人员——确定自己的品种，了解自己的强项，同时赋予自己相当的洞察力，将自己的弱点限制在最小的范围内。如果你是一名销售经理，它将帮助你认清你手下的销售狗都属于什么品种，



这样你就能派遣合适的狗去对付相应的猎物了！这其中的见解对销售人员和经理人来说，都具有相当的威力。

最好的销售狗会尽一切可能去学习如何激励自己、激励他人。

我还想郑重声明，我不能保证本书所提的狗的个体习性和思维方式都准确无误。我不是一个专门研究狗的专家，这本书也不是关于狗的科学研究著作，它只是基于我对狗的业余认识和我对成千上万名销售人员的职业接触。如果你是一个专门研究狗的专家、一个狗的热爱者或者一个爱追究细节的人，请不要因为此书的内容不够精确而大光其火。本书的目的是帮助你学习，寻找乐趣，并成为你本该成为的强有力的人物。

目 录

致谢.....	VII
序.....	IX
前言	XVII
1 你是一只销售狗吗？	1
2 干吗管人叫销售狗？	11
3 识别狗种	19
4 看家狗	37
5 找准猎物，找准狗！	43
6 各有各的强项	49
7 发挥你的强项	65
8 超级混种狗训练	73
9 管理狗窝——销售狗的行动章程	81
10 顽强的信念——冠军销售狗的四四种思维方式	101

11 狩猎训练——销售狗取得成功的五大技巧·····123

12 控制销售狗的情绪 ····· 155

13 是什么让他们不断回头?——应对斥责和拒绝的技巧大揭秘 ····· 167

14 看门狗与猪····· 181

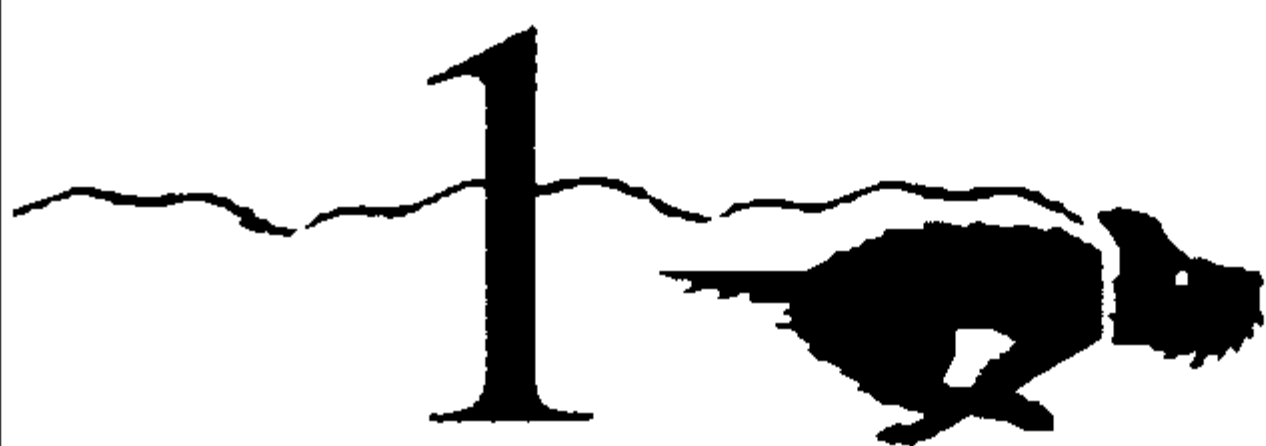
15 狩猎! ——销售狗的“蹭蹭”周旋套路 ·····187

16 这到底是谁的灭火龙头?——领地管理秘诀 ·····215

17 远离流浪狗收容所——销售狗的职业发展·····219

18 狗只知道“做事” ····· 231

19 你到底是哪一种销售狗? ····· 239



你是一只销售狗吗？

时机到了！

答案就要揭晓了。这一连几个月辛苦的工作、等待、期盼和揣测在短短的几分钟内就要告一段落了。

你生活在一个独一无二、黑白分明的世界里。在这里，亚军是领不到任何奖品的。这是一场要么皆大欢喜、要么全盘皆输的游戏，胜者为王，败者为寇。虽然我们的行业术语复杂且精细，但实际上真正有分量的只有两个词——“行”与“不行”。

在等待最终的答案时，你的脑子里不禁回想起了这几个月里所发生的一切……一切都开始于三个月前的一天，在一个拥挤的电梯里，你的朋友递给你一张小纸片。上面写着一个人名和一个电话号码。“给他们打个电话，”你的朋友说：“我想他们可能会感兴趣的。”

于是，游戏开始了……

你开始了初次联络——冲破世界级的私人助理这道防线，最终联系到了你要找的决策人。接下来是一次次的会谈，无数封电



子邮件在你们之间传递着信息。在一次高峰电话会谈中，终于出现了转折点，你激起了他们的兴趣，现在只差最后一步了。

很快就要作最后的陈述了。你已经对竞争对手作过了调查，如果不出意外的话，你知道这笔生意就是你的了。在陈述过程中，你处于游戏的最高潮部分，你的行动很稳健，你的言辞有理有力。在灯光柔和的会议厅里，你一边陈述，一边配以优雅到位的身体语言，你通过精心雕琢的语言让在座的人充分理解你的观点。一切都完美无缺，直到你要面对“提问”的那一刻。

你的同事听到“提问”几乎要倒吸一口冷气，不过你站得笔挺，用你那招牌式的镇定自若的风格对答如流。问题很刁钻，但是你已经作过了精心的准备与演练。在座的人没有一个能看出你心里正在犯嘀咕。

或者他们看出了什么端倪？你刚才是不是不应该这样回答这个问题？

这些假设、但是和也许都是事后诸葛，当你在那里等待陪审团宣布他们的最后裁决时，脑子里就一直在追悔自己刚才自认为表现不佳的地方。现在，你没有更多的说话机会了，你不能再补充，只能满怀着焦虑和不安在这里等待。你所有的努力都要看在这栋曼哈顿的摩天大楼里、在身后这道紧闭着的会议室大门里刚刚完成的这场讨论结果究竟如何了。

你看着挂钟，看着秒针在滴答转动。你几乎能感受到现在那边正在举手表决。表决统计完毕了，结果出来了。

电话铃声让你从思绪中惊醒过来。你冲过去听最后的结果，差点撞到桌子上——你太想知道最后答案了，这种煎熬比最后的结果还让你无法忍受！就在这时，你让自己平静了下来，集中精神，恢复了冷静的表情，作了一次深呼吸：“嘿，如果我拿到



了，那很好；如果没拿到，大不了明天从头再来。”铃声响过多次之后，你才拿起听筒，尽最大努力用一种愉快的声音答道：

“你好。”

这样的情景是不是很熟悉？应该是的。我们都有过这样的经历。

这是战斗中的生活。这是一场不间断的、让人无喘息余地的追逐。在一次次胜利中间夹杂着许多次失败和拒绝，在喜悦、期待、得意与兴奋之中往往夹杂着恐惧、拒绝和失望。一时之间你会觉得自己高大无比、刀枪不入，可转眼之间，你又觉得自己像个呆头呆脑的傻瓜！但是，正是角逐中的这种刺激有着一种说不清、道不明的吸引力，一次次地把我们拉回到游戏中来。

许多销售人员私底下常说，销售行业的生活简直就是“狗一样的生活”。不过在这嘲讽中却隐藏着你可能想像不到的真理。作为销售人员，我们和那些犬科朋友确实有着许多的相似之处。

比如，你是否观察过狗追木棍的情形？

你拾起一根木棍，把它扔到茂密的绿草地的另一端。你的狗会立即冲出去，伸着舌头、淌着口水、扑扇着耳朵，在一簇簇雏菊和喇叭花上飞身掠过，全身的肌肉都绷得紧紧的，不顾一切地去追逐那根木棍。狗嘴咧得大大的，仿佛是在开心大笑，它满怀兴奋，这一刻对它来说简直无异于置身天堂。所有出门前的烦琐，所有的恳求和讨好，所有前往公园的劳累都值了——这只狗的生活乐趣就在于追逐这根木棍！

你有没有问过自己：“是什么让狗热爱追逐木棍的游戏？”

你有没有问过自己：“我为什么要不断地追逐订单？”

如果你观察过一只狗是怎么不停地恳求人扔一个球，或是一个木棍给它追的，那你就会明白推销和狗之间都有哪些类似的地

方。一只狗会一次次地把木棍叼到人的脚下，让人拿它简直没办法。它用自己的方式洞察到了，这个人肯定最终会把棍子拿起来，给它扔出去。虽然很多时候人们会对它置之不理，或拒绝它的请求，可是每次它都会以同样的热情和期待再次提出同样的要求。

孩子们也是一样。

我的儿子本杰明一旦想要做什么事情，也是这样一种劲头。

“爸爸，你来和我玩好吗？”

“好的，本，等我把这个打完了，就一秒钟。”

“爸爸，你现在可以和我玩了吗？”

“好的，本，我说过就一分钟。”

“爸爸，一分钟还没到吗？”

如果你曾经请求过一个人，曾经试图劝说一个人，曾经和一个人谈判，曾经操纵甚至控制一个人的观点的话，那么你就是在做推销。事实上，如果你真的喜欢那种情形下的胜券在握的感觉，那你可能和我们的犬类朋友有很多相似之处，没准你还能从它身上学到很多东西呢。你很可能就是我所说的“销售狗”。

事实是，销售狗的生活是一种了不起的生活。

世界上的冠军级销售狗都是我们这个时代里最受人尊敬、薪水最高、最受追捧的企业英才。没有销售狗，企业就无法生存；没有了不起的销售狗，企业就无法繁荣。几乎所有了不起的企业领导人、成功的企业家和了不起的投资家，都把他们的成功归结于他们所接受过的销售培训和他们自己的销售经验。

能以激情、智慧和技巧获取或猎取自己的目标，这是一种独特的、宝贵的才能。毫无疑问，你对推销、游说或谈判越是内行，出色的公关以及财富、机遇的大门就越容易为你敞开。

你得到的回报是大量流入的现金提成、不断扩展的人际网



络、各种各样的赞美与荣誉、自由自在没有羁绊的生活方式，不管你是谦恭安静的，还是善于社交、友好热情的，你甚至可以是很有手段和智慧的，也不管你是做公司销售的，还是做网络营销，或者是做房地产、保险、零售等独立营销的，总之，这一切都将成为你做推销的回报。

成功的关键不是努力去拷贝别人的特色方式，而是去学习如何发掘你自己独特的潜质。所以，首先，你必须认定自己的品种。在接下来的几个章节中，我们将对每一种狗的特点进行重点介绍。

当你知道了自己属于哪一种销售狗之后，你就可以赚到上万美元的现钞，来打造你梦寐以求的生活方式。你要了解自己天生的强项，这样你就能利用它们为自己赢得有利的成果。你还要看到自己天生的薄弱环节，学会如何去规避这些弱点，或者想办法弥补弱点，这样你就能在生活的各个方面都得到“行”的答复。如果你决心去学习了不起的销售狗所掌握的本事，那你就能拥有一切你渴望拥有的财富。

由于销售是一个团体运动项目，你要有能力确认你的合作伙伴都有着怎样的本领，都属于哪一个品种，这将对你的成功机会产生重要的影响。任何一个和你的目标客户有关联的人都是你团队中的一员。不管你是一名销售经理还是一个销售团队中的成员，能确定同事的品种对你来说都有着非同寻常的意义。

你将明白如何理解你周围的人，如何把这种认识转变成惊人的成果。

注意：不是所有人都是一只狗！我们说的不是猫，不是马，也不是小鸟。如果你是一只狗，你就要能够去打猎。至于别的生物，我就不得而知了。在你内心的深处，是否感受到了一点犬类

的冲动？

你还不能肯定自己是不是一只销售狗吗？来看看下面这些问题：

- 当一个目标客户对你说“行”的时候，你会感到一阵激动吗？
- 有时候“打猎”的过程是否比回报带来的感觉还要好？
- 你会放弃一点提成来换取额外的名声、赞美和认可吗？
- 你是否生来就有一种坚持不懈的性情？
- 你听到一个好故事时会被打动吗？
- 你有一种试图说服他人的倾向吗？
- 在和一群人谈论一个自己感兴趣的话题时，你会发现自己的声音变高了，情绪也变得更加激动了吗？
- 你经历过各种情绪变化吗？你会时而把自己看成是心目中的传奇人物，时而又把自己视为呆头呆脑的傻瓜吗？
- 有时候，你会觉得“受人瞩目”是一种乐趣吗？
- 你会花时间试图弄清楚别人的心思吗？
- 你喜欢赢吗？

如果对上述一部分问题，你给出的答案是“是”，那你就可能就是一只热诚的销售狗，有赚大钱的潜力。你要做的不过是了解自己所属的品种，学习其他品种的优点，然后依照那个一目了然、却很有威力的模式采取行动，而这个模式的缔造者就是眼下正躺在你厨房一角的那只心满意足的狗。

所有的狗都有能力去打猎、推销和胜出，但是有的做得到，有的则做不到。让我们来学习一下怎样才能“抓到木棍”吧，你准备好了吗？



让我给你讲一个冠军级销售狗的故事。没有魔法，没有机关，而且他推销的服务项目在竞争中也没有特别能打动人的地方。只不过，他是一只销售狗。

多年前，他在得克萨斯的奥斯汀推销健康保险。他把自己的客户目标定位为新成立的企业，这些企业需要为员工买健康保险。他偶然看到了一间小办公室，从外面可以看到这个办公室里有十几个人正在忙忙碌碌、跑来跑去地组装个人电脑。办公室的桌子上堆满了线路板和各种机箱。他提出要见主管，于是有人把他带到了—一个 20 岁的年轻人面前，这个年轻人当时正在一张黑色的桌子前工作。他了解到这个年轻人刚刚毕业于得克萨斯大学，决心建立自己的公司，专门组装个人电脑。我的朋友——也就是这只销售狗——预感到这个年轻人构想出的公司会有一番大作为。问题在于，这只销售狗服务的保险公司在政策上不接纳雇员少于 50 人的公司作为投保对象，而我们年轻的 PC 领军人物只有 16 个雇员。对我的朋友来说，真正的销售战必须打响了。他找了自己的经理和有关组织部门，找了他能找的所有人，试图破除这个政策上的限制。他的老板说“不”，但是对一只真正的销售狗来说，这意味着“冲！”经过了一番猛烈的推销攻势，并对一些规定进行了调整，他终于拿下了这家企业的保单。不出一年的时间，这家小企业就从 16 名员工发展到了拥有 500 名员工的大企业！而当时站在桌子前工作的那个年轻人就是迈克尔·戴尔，如今他的公司已经成了一部传奇。

这是一个非常有价值的经验：要成为一只了不起的销售狗，你有时候必须跳过栏杆去争取目标。你必须愿意改变规则，牺牲一些神圣的原则来换取最好的交易。这意味着最艰难的推销就是向自己的团队或自己的公司推销自己的观点。如果这对所有人都

有利，而且是合法的、合情合理的，那么就不要在听到第一声“不”的时候畏缩不前。

不过这个故事最精彩的部分在于，在戴尔公司发展成一家拥有 500 名员工的大公司之后不久，我这个朋友便败在另一家大保险公司的手里，丢掉了戴尔的业务。就在丢掉这笔业务的当天，他又重新开始了另一轮的推销。因为一只真正的销售狗从不轻言放弃。他似乎已经不可能再约见戴尔公司的任何人，或者引起戴尔公司任何人的重视了。于是他扮起了侦探，开始了疯狂地侦察搜索。在一份戴尔公司的年度报告中，他找到了一个人名，这个人是戴尔公司的董事会成员，同时这个人也是他所在保险公司的一名高级经理。我的朋友打电话给公司总部，让他们找出这个经理的联系方式。我的朋友打了许多电话，写了许多信，作了许多尝试，终于让这个经理同意向戴尔公司的采购主管举荐他的公司。他拿下这笔业务了吗？没有。戴尔公司主管采购的家伙说，他对现状很满意，对更换保险公司这个想法根本不感兴趣。我们的销售狗朋友开始致力于打造和这个人的长期个人关系。他邀请此人参加公益活动，观看体育赛事，并且为这个采购主管提供最新的信息——这些信息并不是为他自己的公司搞促销，而是帮助了戴尔公司的这个人，让他及时了解，一个发展中的企业对保险业都有哪些最新的需求。他与此人联系频繁，这为今后的机遇打下了基础。所见略同、所见略同又是所见略同，通过服务、服务、更多的服务，他和这个人建立了一种真正紧密的联系。终于有一天，竞争对手支撑不住了。一个电话，几句交谈，我们的销售狗和他的公司又回到了戴尔。而此时，戴尔已经有了 1 500 名员工。

当我的朋友离开原来的职位，来到另一家健康保险公司做销售与营销主管时，戴尔的员工已经达到了 15 000 名。（提成相当



可观！)

我的朋友最终学会了如何叼回猎物。他说：“我再也不会把这份订单弄丢了。我确认自己已经在戴尔计算机公司的每一个角落都撒了泡尿，确保了自己的领地安全。”他当然没有真的在那里撒尿，但是他确实在每一个部门都建立了自己的同盟。他确保戴尔公司的关键人物都十分了解他们最新的健康计划，确保一直有专门的人员去那里，保证让对方清楚地了解自己的利益，以及如何申请领取保险金，如何处理各种可能发生的问题等。这一切都做得井井有条。

我这个朋友叫赫尔曼，他目前在健康保险业的地位如日中天。我问他能否把他获得的经验总结一下，他笑着说：

1. “有时候你必须打破常规。”公司说他不能向一个员工还不到 50 人的小公司推销，而这一刻也正是真正的推销开始的一刻。如果你要去为客户服务，你就必须采取正确的行动！
2. “不存在联系不上的问题。”总有一个人会认识那个能把你领进门的人。如果你肯花几个小时的时间打打电话，那么世界上就没有一个人是你真的无法通过什么人来取得联系的。看看年度报告、期刊、文章目录、因特网，作好你的市场调查！
3. “竞争对手的最大弱点就暴露在他们签下协议的那一天。”他知道自己丢掉这笔业务的那一刻就是他的竞争对手最得意的一刻。他们不知道他的目标，也不知道他是如何通过频繁的联络、通过提供信息和服务对客户进行渗透的。当你丢掉了一笔业务时，就仅仅意味着一轮新的游戏又开始了。



干吗管人叫销售狗？

人们常说什么人养什么狗。据称，只要狗的主人带着狗到公园里遛一圈，就能一目了然了。你如果和这些很尽职的狗主人聊上几句的话，你会发现他们和他们养的狗之间有着很多相似之处，牛头犬的主人和牛头犬一样下巴耷拉着，而京叭和它的主人都长着翘翘的鼻子，不过他们之间的相似远远不止这些。

我不敢肯定究竟是狗染上了主人的品性，还是主人沾上了狗的习气，可能他们各自身上都有某些“动物品性”吸引着对方。好比那些服从命令、听从指挥的家伙特别能吸引短毛勇猛的杜宾犬^①，而让人一见就想抱抱的可爱的金毛猎狗就格外受那些老好人的喜爱。不管怎么说吧，我敢肯定在世界的某个地方，一定有一群动物行为学家及人类行为学家们正在狂热地搜集临床证据，以证明上述结论的正确性。但实际上，原因如何并不十分重要。显

① Doberman Pinscher，别名杜伯曼犬，一种德国种的短毛猎犬。这种狗勇猛机敏、忠实可靠、耐力强、戒心大，可作为军犬、警犬和猎犬，而且奔跑速度快，可用于追踪和护卫，同时也可做观赏犬。——译者注



狗和主人天生一对

然，你只要对一只狗的品种有所了解，那么通常就可以对这只狗了如指掌，因为每个品种的狗都有它各自独特的性格特征。

推销员、销售经理、个体经营者、企业家或者网络营销人员如果对这些性格特征有所了解，那就必定会挖掘到一大块纯金的骨头。你如果能了解狗世界中的种种动态，那在猎取销售对象时也就能具备一只好狗所具备的机敏与坚韧。

推销员或者销售经理所犯的最大一个错误就是，自认为对所有推销员而言有一套性格特征是其取得成功的必备条件。他们狂热而盲目地去追逐这个引领销售成功的尚方宝剑，而结果往往是踏上了一条充满了沮丧和嫉妒的坎坷之路。

虽然努力提高自我是一种高尚的、不可或缺的追求，但是试图模仿“完美的推销员”那一套性格特征却只会徒劳无功，令人灰心丧气。相反，我们要学会从自身的内在做起，认识并发展一个潜在的“伟大的推销员”。推销员和销售经理要首先认定并了解自己所属的品种，然后还要确认并了解周围人所属的品种。有了这些知识，他们就可以对自己以及他人的潜力和性格进行发掘。通过这样的途径，销售经理才能派遣适合的猎犬去猎取适合的猎物。

比如，在赛狗会上，你不会把自己的钱押在一只圣伯纳德救护犬^①身上。但是，如果你在大山上陷入困境，冻得要死——你最想见到的会是谁？你必须把你自己、还有和你同在一个销售团队的成员们都放在整个销售链的恰当位置上，让他们扮演一个自己天生就能胜任的角色。

① Saint Bernard，产于瑞士的一种大型强壮的狗，毛厚，呈棕色或白色，最初为瑞士阿尔卑斯山圣伯纳德济贫院的僧侣驯养，用来帮助雪地遇难的巡逻队。——译者注



许多人会觉得把推销员比做狗简直是太无礼了，可我还是要说，任何一个知道如何通过沿街叫卖、推销产品赚大钱的人，在某种程度上来说，都是一只狗。推销员仿佛都有这样的品性，那就是不断地回过头来争取更多的交易，而且永远不向困难低头。

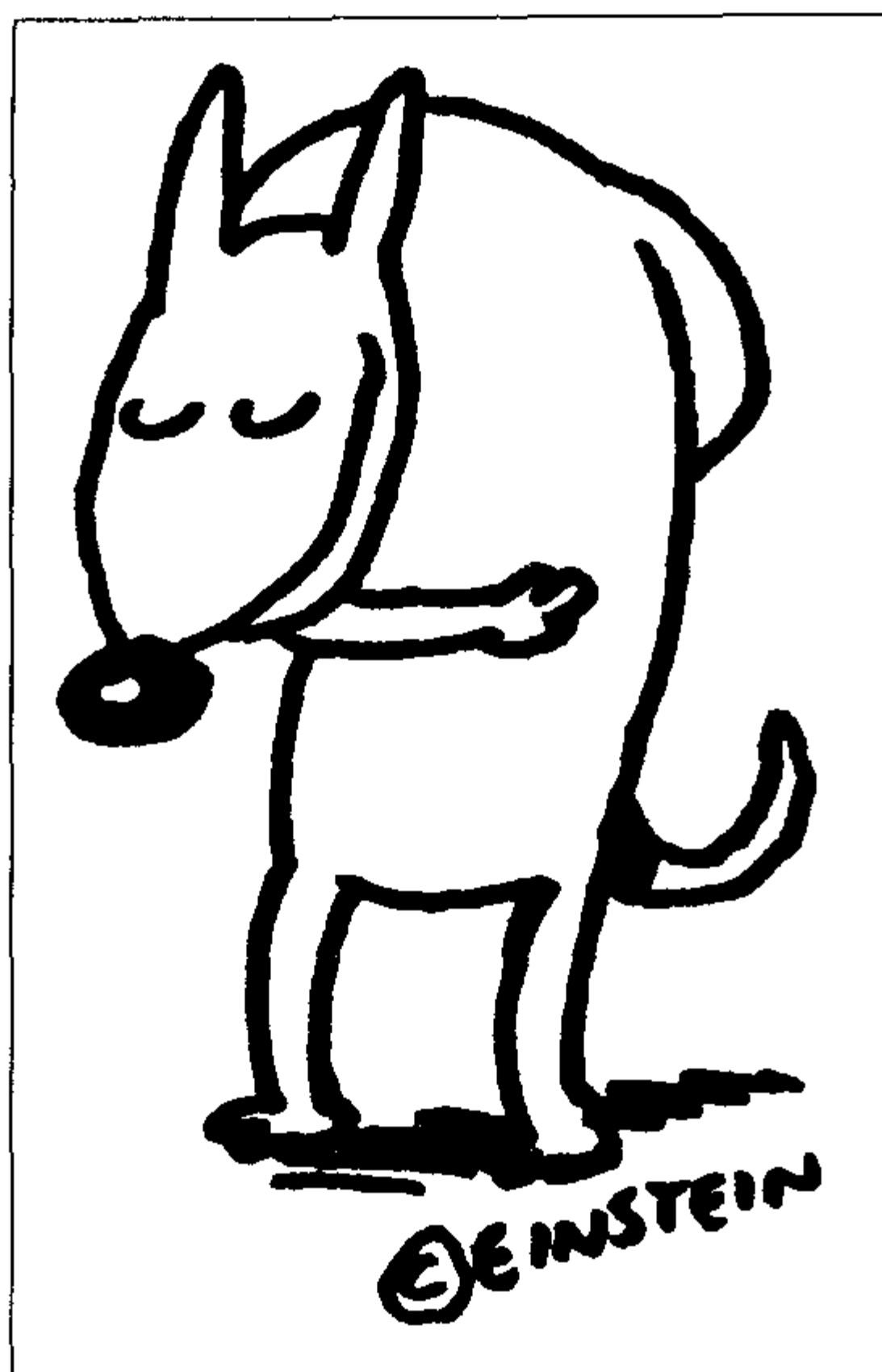
想想看——

- 谁是人类最好的朋友？
- 你能拥有的最忠实的宠物是什么？
- 谁能一直保护着你，死而后已？
- 哪一种动物能忍受任何非难，只为了你在它额头上那轻轻一抚？
- 谁能守在你身边，与你同甘共苦？
- 在所有人都把你当成一个疯子的时候，是谁那样注视着你，把你奉若神明？
- 是谁那样无条件地爱着你？
- 是谁那样酷爱追木棍的游戏？
- 是谁那样喜欢循着气味尾随而来？
- 是谁能不顾艰难、不断回过头来争取更多、更加努力？

你说得没错！不是狗，就是推销员！

我有一个朋友在悉尼有一家猎头公司。（是的，他是一个猎头！）他和他的合伙人为了争取一张极大的石化产品订单忙了好几个月。他们经过了投标、展示和更多的展示。他们作出了很多让步和调整。虽然有很多次他们遭到了拒绝，听到人家让他们“走开”，但是他们做事情有一种真正的澳洲风格，绝对不会不战自退。

有时候就连运气也和他们作对，而即便如此，他们也还是勇



往直前。在给这家公司的首席执行官作介绍陈述时，他们其中的一个人正在一张活动挂图前面边演示边讲解，正讲到最高潮的地方，挂图的一个支架腿突然散架了。而在挂图倒下时，我的朋友一句话还没说完，由于他当时就靠在挂图上，结果也跟着倒下去了。然而他表现得非常大无畏，自始至终都没有停口，就是平躺在地上时，他还紧紧抓着挂图继续滔滔不绝地作着陈述。他的字典中没有“放弃”这两个字。

他就像一只固执的狗，不愿意被推搡到一边，不愿意被人踢开，不愿意放弃那根本棍。

我的另一个朋友和那位首席执行官笑得气都喘不过来了，根本没听到他那充满激情的陈述。可能是他的坚韧或者是这滑稽的一幕打破了僵局，不管怎样，当他最终站起身来的时候，那位首席执行官说：“好了，好了，如果你那么想得到这份订单的话，那我告诉你，你已经得到了！”

很简单：推销就是说服他人采取行动，去做一件他们起先并不十分积极去做的事情。可以说，做领导、做父母、做激励和谈判实际上也是同样的道理。这些行为也都需要同样的推销技巧。

狗可以成为了不起的冠军、猎人和伙伴，然而，尽管狗如此忠诚和机敏，它们仍然需要充分的爱护。如果你不能及时地给它们喂食、洗澡或经常地爱抚它们，它们就会变得顽劣、蛮横，在你离开家以后甚至会把你的房间弄个底朝天。推销员如果没有得



到恰当的培训，也会如此。

我最近这些年的日程安排非常紧张，所以才不得不压抑养狗的欲望。因为这样的生活对狗似乎不公平。然而在这本书进行到一半的时候，我四岁的儿子最终说服我养了一只狗。这些年我总是在努力指导一群推销员，我要是在这之前养一只狗就好了！对这两者的培训几乎是一模一样！

狗如果接受了正规的培训，就可以以出奇的精确性猎取猎物。不过，在它们被训练出来以前，你需要准备一根拴狗带，需要积攒大量的耐心，还需要买来一双塑胶手套和一把小铲子，跟在它们后面清理粪便。即使是很好的狗，起初也会把四周弄得一团糟。它们最初的热情很难管束，但是只要管理得恰到好处，这种热情能创造出出色的销售业绩和提成收入。

销售狗这个概念开辟了一条独特的路径，它能让你认识不同类别的推销员。虽然它是一种培训理念，其设计意图是增加娱乐性，把道理讲得浅显易懂，但是这背后的概念却非常有影响力，是在我多年的观察研究的基础上总结而来的。

我通过调查研究发现，销售狗共有五个品种，此外还有无数的混种狗。我们可以拿推销员的性格特征与这五个品种的狗的性格特征作对比，这是一个很有效、很好学的方法，通过这个方法我们可以理解我们的销售团队，并使这个团队得到进一步的发展，对其进行更有效的激励。

一只真正的销售狗知道，教育和良好的培训意味着满意加钞票。作为一只销售狗，你必须一直寻找机会，为自己争取到最好的培训，而不是最高的提成！很多刚出道的小狗都追错了骨头。

我曾经就职于优利系统公司^①，就是因为他们的培训在这个行

① Unisys，美国大型计算机厂商之一。——译者注

业中是最好的。我有许多朋友去了施乐、IBM、安利这样的公司，同样也是因为这些公司能提供当时最好的培训。如今，这些人都有了自己的公司，资产都超过了上百万。只要你得到了正确的教育，那不管你走到哪里，钱就是你的！

你很快就会学到如何确定你自己是属于哪个品种的狗，你的窝里还有哪些品种的狗，以及如何对那些狗进行培训，以使它们这个品种的优良品性得到最大程度的发挥。

第一步就是确定你以及你所在团队的成员有哪些推销的天赋。为了节约宝贵的推销时间，节省培训资源，以及避免双方的失望，你可以利用销售狗智能测试中的一些工具来预测你或者你这一类人的成功前景，在第一天训练服从性之前就做到心中有数。这些测试能判断出你是否有着正确的思维方式，是否能取得销售上的成功。我们随后再详细探讨这个问题。

如果你的思维方式是错误的，那该怎么办呢？和在考试中发现错误一样，你可以迅速地改正它！十分钟的训练就可以决定你是否有能力做推销。你只要带着五个技巧和四个关键的思维方式，就可以走上成功的推销之路了，而且很快就会发家致富。

好消息是，几乎所有的狗都能够去打猎，而整个过程和程序很简单，并且还能给机敏的狗和它的教练带来成千上万吨的现钞。

对那些觉得拿自己和狗作比较有辱身份的人，我要说，这样的对比纯粹是一种赞美！你时而是一名斗士，时而是一个爱人，时而顽皮，时而沉静。你生活在边缘地带，没有时间让你去浪费。（虽然你可能会浪费时间！）你从不会见到两只狗在交换电话号码——他们只为眼前的一切而生活！

销售充满乐趣，节奏快，够刺激。想想看吧，一些推销员长



得像狗，行为举止也像狗，有时候出去了一个晚上后，他们甚至闻起来都像狗。有的在跟踪一个目标客户时就像一个了不起的猎手，而有的甚至能把最难捕捉的猎物也给诱出来，并稳固住。

那你到底是什么样的狗呢？



识别狗种

只要有销售行为的地方，就可以运用销售狗的理念。我们每天、甚至每个小时都在向我们的老板、邻居以及那些和我们发生联系的人不停地推销。“加一次薪水吧？”“今晚我们看什么电视？”这些问题都是在进行推销，随时随地都有发生。

世界上有四百多种不同品种的狗，而在销售世界中只有五种狗。问题是你属于哪一种？你的老板属于哪一种？如果你是一个驯狗师（经理），你的窝里有哪些品种的狗呢？如果你是一个管理层的销售经理，在你的下属中哪一层“吠”声最高呢？

除了这些，还有一个问题，和你结婚的那位究竟属于哪个品种的销售狗呢？知道了这个问题的答案，就等于知道了如何让事情变得对你更有利，也等于是把握住了人生幸福的钥匙！

一旦你能够确认人们各自是属于哪个品种的销售狗，那推销游戏就变得太简单了，而你察言观色、见机行事的本事也就成了你的第二本能。了解你自己所属的品种能让你立即发挥出自己的能力，达成更多的交易。另外，它还会指引你，赋予你智慧，让

你知道如何进入整个销售圈，更别提它能带给你一种平和的心态了，因为它会让你很清楚地意识到，不用改变自己就可以达到事业的顶峰！

你将看到自己在领导他人、争取目标客户、作介绍陈述和达成交易等诸多方面的行为方式都发生了变化。你要学的不是“最好的方式”，而是“对你这类人而言的最好的方式”。你还可以避免走进“推销的黑巷子”，不会陷入陌生的境地，不会处于被动不利的局面。你将把握住周围的环境，并总是走在对你而言最平坦的道路上。

作为一只销售狗或是一名驯狗师，认清你的目标客户属于哪个品种，将赋予你特殊的优势。在打猎的过程中，狗面对的猎物可以是鸭子、麻雀、熊、飞盘和羽毛球。对销售狗来说，他们的猎物可以是大公司、个体经营者、你的下一个发行人、高级主管和决策人事助理。不同的狗会吸引不同的目标，而把恰当的销售狗派出去做恰当的工作，将是你取得成功的关键。

要捕获狂怒的公牛，观赏狗显然不是理想的选择。而青面獠牙、口水乱喷的猎犬会把家庭主妇们吓得魂飞魄散。你的目标是什么，你天生的风格又是什么呢？

作为销售狗，有时候你对种群的选择非常有限，完全要看哪些种群愿意接受你！许多销售狗都是在作出了一番贡献，尽了一番职责，有时候是经过了一番筛选后才来到自己的种群里的。有的是被人从流浪狗收容所中解救出来，带到种群里来的，其原因就是有人不忍心看到窗前那只孤独、流露出一丝悲哀、乞求的目光。

大部分驯狗师在最初的时候都面临着一个完整的种群。我们认养了这群销售狗，（或许有人会说这是被诱入其中的。）几乎没有

人享有自己招兵买马的乐趣，（或者也没有这个耐心）。白手起家来建设我们的整个销售团队。

一只销售狗在被雇用之前很少接受过调查、测试、面试和评估，即使他们真的有过这种难得的经历，其结果也未必能说明什么问题。有的销售狗就是擅长做测试题目，擅长在评委面前作秀。单看他们在面试中的表现，你会以为自己引诱到了一只头等的猎犬，但到了拉出去真刀实枪地操练起来时，你才会意识到你得到的不过是一只没用的衰狗。

你第一次走进来的时候，不妨观察一下院子里四处游荡的这些销售狗。你会发现这些狗当中有的自得其乐，也有的痛苦不堪——苦苦等待着能有人扔过来一根骨头。其中有相当大的一部分会蜷缩在角落里，等待着有什么好事从天而降。还有的公然粘着你，乞求你抚摸一下他们的脑袋，并且再给他们一次机会。

不管怎样，你要想有所作为，不必非得要清理门户。如果你了解各个品种的销售狗的特性，你就可以让手下这支团队的狩猎能力实现飞跃。是的，你甚至可以让那只似乎已经丧失了嗅觉的老巴吉度猎狗重振神威，变成一只纯种狗。

虽然每一种纯种销售狗都有其独特的一面，但是他们确实也有着某些相似之处。他们大多数是很优秀的伙伴，每一只销售狗都有自己特殊的本领，能让人觉得和他们相处的时光非常愉快。有的之所以招人喜欢，是因为和他们在一起你会立刻放松下来，而有的则归功于他们无穷无尽的旺盛精力。有时候销售狗会惹人生厌，当他们对月亮大声嚎叫以示他们的得意、悲哀或渴望时，尤其让人反感。好在，你只要很轻巧地扔过去一只鞋子，问题通常就能够摆平了！

销售狗都有很好的交友能力。在这个世界上，几乎没有什么



人是他们不愿意见到的，不过这可不包括其他的销售狗（这是个领地问题）。犬类天生的嗅觉本领能让他们在普通人想都想不到的地方找到生意可做。他们会追踪，会闻，会舔，会跑，会叫，会哀鸣，会大喊，还会恳求。他们还能在你需要他们的时候成为你最忠实的朋友。

在销售狗的世界里只有五个纯种——比特狗、金毛猎狗、狮子狗、吉娃娃和巴吉度猎狗。

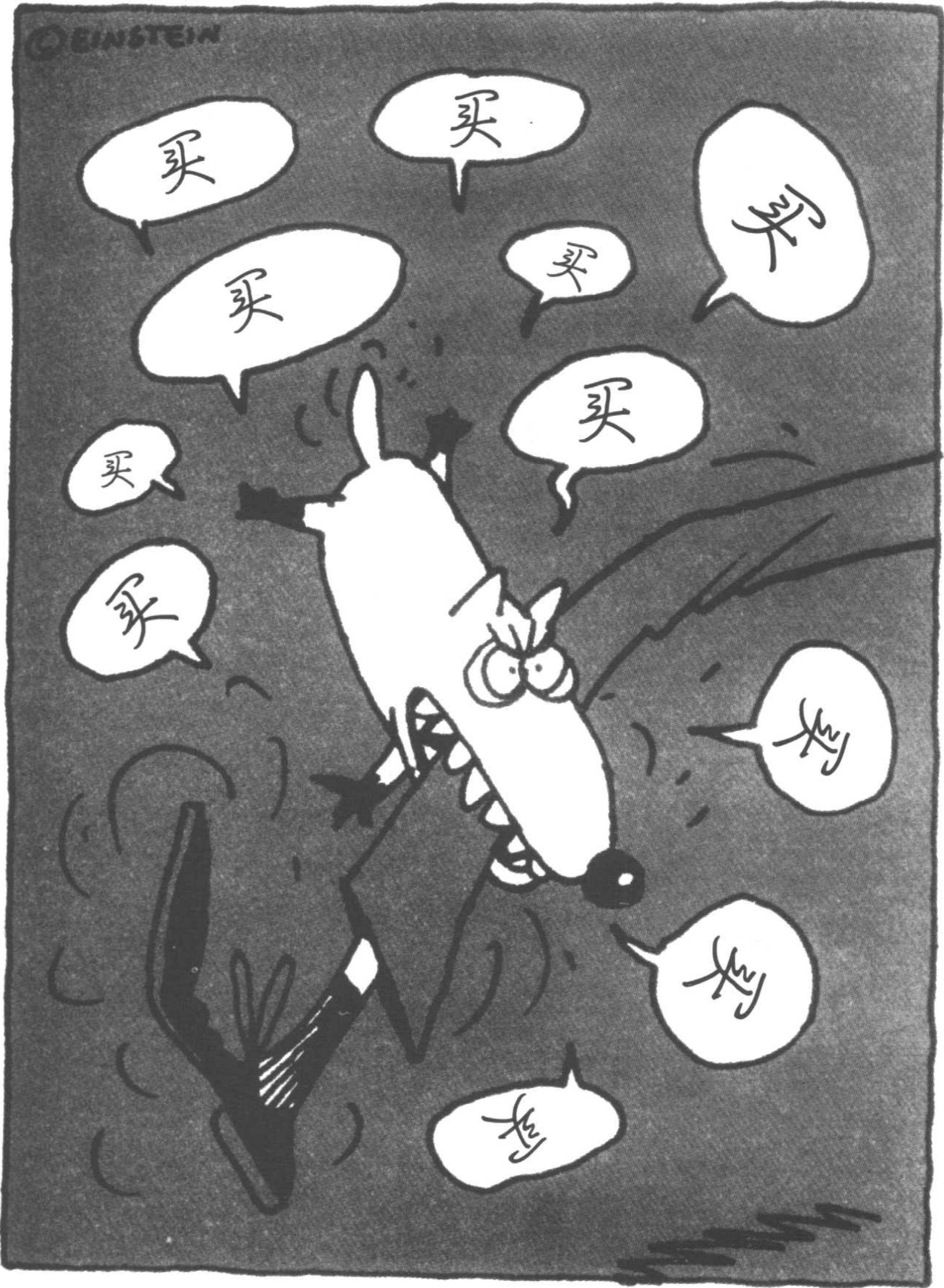
不过还有一大批杂交品种。那你属于哪个品种呢？接着读下去，看看每个品种都有着怎样的性格特征。

比特狗^①

最好斗、可能也是大家印象中推销员最典型的形象代言就是比特狗。是的，你很了解他们：任何事物哪怕有一点点“潜在目标”的气息，就会立刻遭到他们的攻击。而且他们的攻击是凶猛的，是勇往直前、坚韧不拔的，让人既敬畏又惧怕。只要你有裤腿，他们就会牢牢咬住，而且绝不松口。整个过程从头到尾都成了一场咆哮着的恶战，水枪、棍棒甚至催泪瓦斯都不能让他在面对目标时表现出任何的畏缩。

如果想描述这种销售狗的独特叫声，那场景就应该设置在你半夜回家的路上，周围是一条条通往城市纵深处的幽暗、肮脏的小巷。而那声音是一种低沉、阴毒的“咕噜噜噜”声，从黑暗中传来，回荡在垃圾箱四周，你突然瞥到了一对黄色的眼睛，专注而凶狠，那是发起攻击之前的蓄势待发。这就是比特狗，而你就

① Pit Bull，美国大型军犬，多用于警备或军事战斗，也有人将其训练为护卫犬。具有惊人的攻击力，一般不宜家庭驯养。——译者注



是他的晚餐！

我有一个朋友叫约翰，住在加拿大，他那个地区是商务机器销售竞争相当白热化的一个战场。多年前，我们驾车在多伦多城外行驶，途中经过一个刚刚被龙卷风洗劫过的小镇。房屋都被飓风撕成了碎片，汽车和卡车像玩具一样翻倒在一边，树木断裂成一块块的，一眼望去到处是断壁残垣。我当时真为那些可怜的灾民们感到难过，而我的朋友约翰当时正在开车，他只是皮笑肉不笑地低声说道：“看见了吗？凡是对我说‘不’的人最后就是这样的下场！”他正是一只比特狗。

如果一只比特狗身上带着一部手机（这手机经常会丢掉或者没电），那它惟一的用途就是能保证他驾车从A地赶到B地时和尽可能多的猎物取得联系。

你必须不停地把肉扔给比特狗，但是没必要请他们吃大排骨！让排骨在他们眼前不断晃动，鞭打他们直到他们狂暴起来，然后再把他们投放到市场上去。他们肯定会有所收获的。不过，有一点可以肯定，你会从惊恐万分的目标客户和邻居，甚至还有有关当局那里接到很多电话，要你管好这只猛兽，让他接受法律的惩治。不要派他们前往鸡尾酒会，除非你给他们戴上笼套、套上紧箍圈、备好镇静剂。再想想，不如把他们派到酒馆去……别去鸡尾酒会。在训练一只比特狗的时候，有两样工具是必不可少的——一份生肉和一把电枪。

比特狗的成功完全来自于他的力量和无畏的精神。他会做大量的行销，直面很多的闭门羹，然后不断地推销更多的产品，任何一种销售狗都无法和他相比，甚至在他真的应该退却的时候，他也坚持不懈。困难对他们而言不过是一通激发热情的警铃。对这个冠军狗来说，处理闭门羹简直是小菜一碟。

不过，你要小心看护他们的领地。他们虽然具有进攻性，但是可能会缺乏技巧和策略。比特狗要么会非常富有，要么会非常潦倒，而关键就在于培训。

金毛猎狗

下一个品种是人见人爱的金毛猎狗。这些热情友好、含情脉脉、毛绒绒的可爱的家伙们可以为宠爱他们的人做任何事情。他们可以跳进冰冷的河里去追赶腐烂的木棍，也可以为你儿子的垒球队打中锋，是的，广告上还说他们甚至可以从冰箱里给你找出一瓶啤酒。

他们就是毕恭毕敬地坐在那里、满脸堆笑、时刻恭候着目标客户的一声吩咐、随叫随到的推销员。他们可以保持永远乐观的姿态坐在那里，等待电话铃声响起，期望着目标客户仍然偏爱着自己。他们赢得客户的办法就是不管客户扔过来的是什么，他们都会跑去追捧。

他们可以把客户扔出去的所有球都取回来，他们可以帮客



户做任何事情，他们还可以打个后滚翻来取悦客户。如果你一开口就是“推销”之类的话，他们会觉得受到了冒犯。对金毛猎狗来说，客户服务才是一切。他们行为背后的信念就是你给客户的越多，他们就会越喜爱你，最后从你这里购买的也就会越多。事实上，他们是在乞讨，乞讨为顾客服务的机会。

我有一个非常好的朋友在丹佛卖房地产。她是一个非常睿智的推销员——敏锐、坦率、战无不胜。我问她做个了不起的推销员的诀窍是什么，她在我眼前进行了一次即兴表演。她转过头来，用棕色的、水汪汪的大眼睛看着我，接着开始用一种温柔平缓的语气对我娓娓道来。她的声音让我一下子联想到金毛猎狗冲着你仰头低喃、乞求你爱抚时的那种声音。她说得很简单：“他们要什么，你就给什么！”

比特狗那种“锁定目标，然后彻底摧毁”的战略让她十分震惊。她坚信只要你对客户足够好，而且能够持续和他们保持联络，那么你的电话铃声就会响个不停。她甚至无法想像还有其他的销售方式，也不认为自己应该去考虑其他方式——这个方式就很管用！

金毛猎狗总是开着自己的手机，电池充得满满的，一天 24 小时不关机。他们甚至还会准备备用电池，也充好电放在手边——以防万一。在金毛猎狗看来，客户在有需要的时候却联系不上他们，对他们自己而言绝对是一件不可饶恕的事情。

金毛猎狗是通过提供超级客户服务来进行推销的。（不过要时时提醒他们，让他们记得自己的真正目的是卖东西！）聪明的金毛猎狗都很成功，因为他们知道，只要自己坚持照顾好目标客户、老客户，还有他们所在团队的成员，那他们赚到的钱数就会直线上涨。他们对长期服务的重视为他们取得成功奠定了基础。

狮子狗^①

在更复杂的销售层面上盘踞着狮子狗。他们有着极高的智商，有点过于敏感，对保持“非凡的外表和形象”十分内行。

这些推销员总是让自己生活在一个现代的、讲求品位的世界里，不管这所谓的现代与品位是出于他们对客观现实的洞察，还是完全出自于他们自己的主观臆测。他们评价书的时候以封面来论好坏，判断目标客户的价值时则以对方的爱车来论贵贱。他们在购物广场里花的时间比他们在办公桌前花的时间还要多。

他们身穿意大利套装，脚蹬软皮黑面的鞋子或细高跟皮鞋，打着价值 200 美元一条的领带，或戴着昂贵的珠宝，开的车也都是侍者非常乐意为之停靠的高级车。

虽然他们并非总能负担得起这样的奢华生活，但是他们把所有这些采购都视为生意场上必备的投资。狮子狗宁愿赶紧打电话请病假，也不愿意乘公交车上班，或是在发型凌乱的情况下外出露面。

狮子狗走起路来总是昂首阔步的，其他的狗在巡视领地时要么脚步凝重，要么蹦蹦跳跳，要么左摇右摆，而狮子狗却是昂首阔步，明亮的眼睛偶尔在你身上一扫而过，目光中毫不掩饰他对阁下品位的判断。他们的消息无比灵通，他们的人际关系网络很可能比任何一种销售狗都全面、都彻底。他们知道谁是谁，而且他们想让你也知道！

① Poodle，聪明灵秀，外型优雅高贵，性情乖巧，是一种优秀的伴侣犬。此外，它听觉敏锐、智商高、方位概念强、易于训练，被誉为马戏团的“天才演员”。——译者注

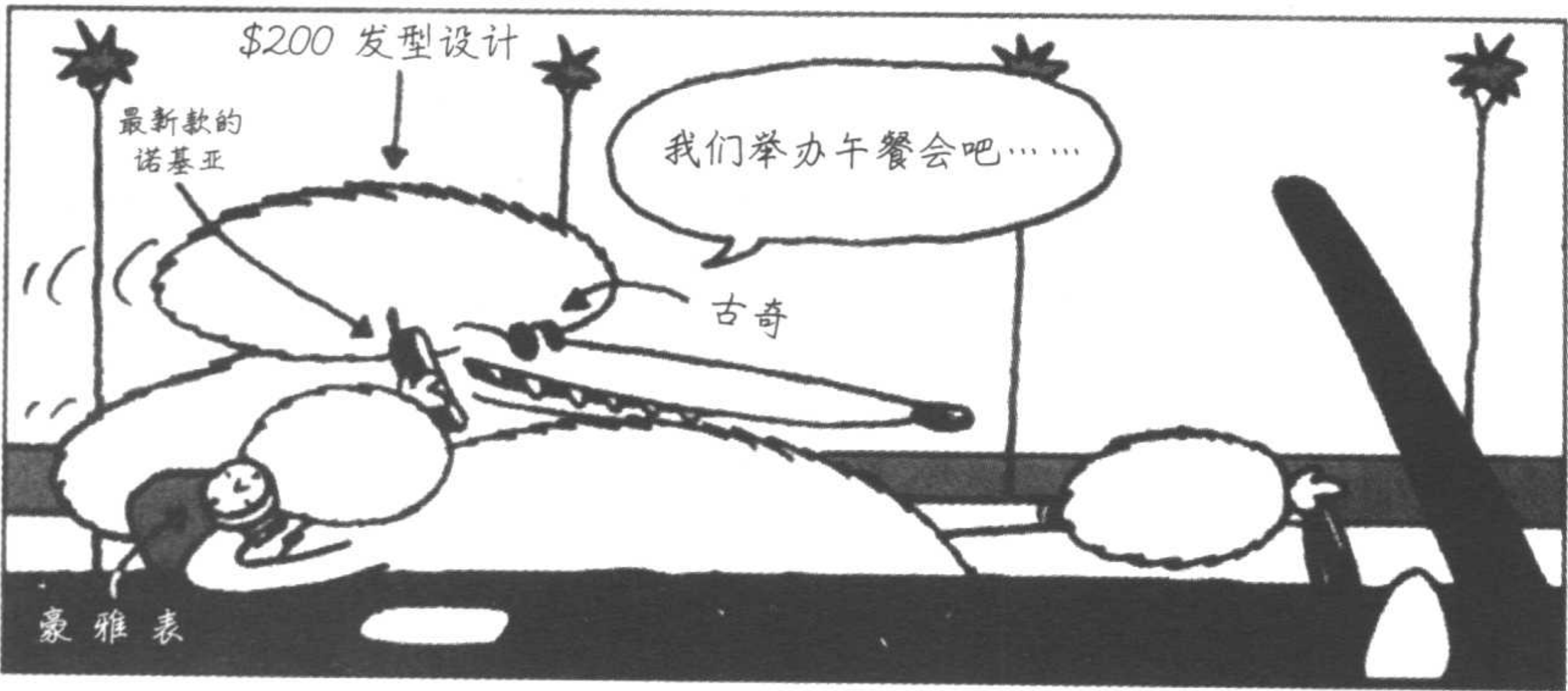


大部分狗都是叫来叫去的，而狮子狗则言谈优雅，举止尊贵。在和其他狗或是和目标客户的聚会上，你总是会在高脚杯相碰的丁当声中看到狮子狗在那里殷勤地与人交流着，言谈中必定会闪现出机敏、睿智的火花，其中不乏冷幽默。他们非常喜欢在公众面前谈天说地，喜欢成为众人关注的焦点。事实上，狮子狗的推销通常都是这样的华丽风格，就算有时他们的推销词没有提供任何切实的信息，听上去也能让人产生如梦如幻的感觉。

狮子狗行色匆匆，他们的生活节奏非常之快。最新的流行趋势、最新款的小配件、最火爆的派对都是狮子狗生活格调中的一部分。如果一个目标客户很看中外表和第一印象，那狮子狗就是能博得头彩的猎犬。

这个品种的销售狗总是在不断寻找最简便的方式和最大多数的人建立联系。狮子狗是超级市场营销狗，他们的市场营销能力和阐述一条信息的能力是以使他们赚得盆满钵满。

狮子狗非常擅长推销价格昂贵的东西，他们能够运用自己帝王般的品位给客户留下极其深刻的印象。只是别让他们去救一只落水的鸭子，别让他们跳入冰冷的河里，别把他们派往市镇污浊



的街区，别让他们困在一条幽暗的小巷子里！在更“文明”一点的圈子里，他们交际起来才能游刃有余。

狮子狗在接受培训时有很好的领悟能力，而且他们对吸引众人的注意力有着天生的渴望，所以几个世纪以来，狮子狗一直是马戏团的宠儿。作为销售狗的狮子狗在派对中和促膝闲谈间同样也是个灵魂人物。他们中学毕业时就已经被冠上了“最具魅力”或“最受欢迎”的称号。他们当中的某些人甚至通过一番努力，被认为是“最有希望获得成功”的人。

我在图森有个朋友，在全国各地的销售人员休养中心，我都会看到他的身影。他开着一辆保时捷 911 Targa，在球场边缘区给他最好的客户订位子，观看凤凰阳光篮球赛，穿的是应季推出的新款杰尼亚套装，还号称有一群女人在如痴如狂地追求自己。

（事实证明这完全是夸大其词——狮子狗常常这样。）

虽然头天晚上一夜都没合眼，而且还醉意朦胧的，可他还是能昂首阔步地走进分公司，言行举止看上去无可挑剔。目标客户都很喜欢他，也很愿意和他交往。而对他来说，他手头上从来没有缺过客户。他总是能同时处理上百个策划案，而这些策划会很巧妙地把大把大把的美金收进他的窝里。

这家伙认为自己是个传奇人物，他说服别人的口才也相当好。有一次，在芝加哥的一次销售会议上，他说服我和他一起去镇上共度“难忘的一夜”。我心里明白得很，但还是去了。

那的确是难忘的一夜。我光在酒上就甩出去了好几张百元大票，第二天早上好容易才赶回会场。我看上去失魂落魄的，而他看上去就好像是从电影中走出来的詹姆斯·邦德一样。如果他是007，那我就是克鲁索检察官。

狮子狗天生就是成天拿着手机的。他们靠手机及时了解“新



闻”。另外，在狮子狗看来，耳边总是贴着一部手机可算是一个重要的成功标志。

吉娃娃^①

吉娃娃给销售狗的狗舍里平添了一个全新的空间。这个品种的销售狗对销售所作出的贡献绝对不可低估。不管怎样，你可不要被他们的小个头所蒙蔽。

这些销售狗通常是精得出奇。这些小精灵们非常受主人的宠爱。他们是专业的魔术师，而且很可能也是所有销售狗当中最具激情的一种。

吉娃娃销售狗在兴奋时必须注意，因为一旦失去控制，他们会讲个没完，而且那尖尖的声音谁听多了都会头疼。这些销售狗看上去就像是服用了太多的兴奋剂和咖啡因，仿佛一辆失控的卡车在飞速前行。

吉娃娃常常会激动万分，原因很简单，他们的身体那么小，可脑子里的想法又那么多。他们可不是叭儿狗的上上之选，他们很少蜷缩在人的腿上，舔人的技巧也不行，可是他们的激情、对产品的认识，以及对整个程序的理解都是绝无仅有的。

这些上了发条的、超级活跃的家伙们在学习知识上不遗余力。他们那大大的眼睛就能告诉你，他们对调研是何等狂热。吉娃娃熬夜的本事是其他任何一种销售狗都比不上的。当狗窝中其他狗都蜷在那里睡着了的时候，吉娃娃还在一个个网站之间流

① Chihuahua，全世界最小的狗，原产于墨西哥。个性敏捷、聪明、活泼、勇敢，常会喜形于色地在家中跑来跑去。——译者注



连，在一页页年度报告之间埋头搜索，整理出足够多的数据、资料和信息，以便在答辩时做到应对自如。

其他一些品种的销售狗可能需要通过体育锻炼来保持健康的状态，而吉娃娃需要的是脑力锻炼。他们的脑力让人叹为观止。

顺便提一句，不要犯这样的错误——让吉娃娃去处理一个他们很热衷的专题。他们会无休止地做下去。事实上，他们不会说说则已，他们会大喊大叫，激情万丈地叫嚣着，一分钟就能冲出一里地去。客户别无他法，他们会被吉娃娃展现出的惊人的激情、知识和一大堆无懈可击的资料、佐证彻底击倒。甚至有的时候，他们连吉娃娃说的是什么都还不知道就缴械投降了！

很多年前，在优利系统公司，我和一个名叫布莱恩的人交上了朋友，他就是一只吉娃娃。只要你给他备好比萨饼和可乐这些燃料补给，他就能马不停蹄地做任何调研。当时我和他一起给一个客户准备电脑演示程序，这件事的整个过程我至今都记忆犹新。我在晚上 10 点钟抽身而退，自己回家了。而布莱恩的精神头却正值高峰，他干了整整一夜，甚至还发现了程序中的几个新特点，连研制人员都不知道该程序还可以这样操作呢。

第二天上午在演示现场，（我们开始之前，他只是到洗手间刷了刷牙。）客户的技术助理都看得眼花缭乱了，（这也是一只吉娃娃，一只戴着眼镜的吉娃娃。）他把比特、字节、随机存储器和技术上杂七杂八的武器一股脑儿地用上去，集中火力猛攻。他讲解起来是又响又快，那个决策者和我都被他搞晕了，头都疼了。最后我们跑出去喝咖啡，留下那两个吉娃娃继续在那里喋喋不休。两个小时过去了，他们两个还在那里说个没完。这场疯狂的数据和技术知识交流的最终结果是，我们的吉娃娃给他们留下了足够深刻的印象，让他们对我们的能力具备了足够的信心。

比特狗可以保证最初与客户确立联系，狮子狗可以让客户在一闪念间留下完美的印象，而证明实力的任务则非吉娃娃莫属了。有一家公司是我所见过的最最成功的海外地产公司之一，公司创始人的经历是一个真正的成功典范。他的员工都发誓说他是一只地地道道的吉娃娃。他的智商绝对是独一无二的。他对市场的里里外外都了如指掌，而且激情无限。在最近一次和 500 位代理商会晤的销售会议上，他走上讲台，准备作一个 5 分钟的简单介绍。30 分钟过去了，他还在滔滔不绝，陶醉在激情之中，让满屋子的人都目瞪口呆。

他似乎连气都不喘，当他终于说完时，屋子里静得连掉根针都能听得见。我说不出来他都讲了些什么，因为他讲得太快、太激动了，但是我完全被调动起来了。他让人激情澎湃！

如果你的员工中有吉娃娃，那你可要小心了，他们非常聪明，但是——可能是咖啡因加上缺乏睡眠的缘故——如果你处理不当，他们有时会非常情绪化，变得很偏执。在他们的词典里没有“世故”这个词。在其他的狗买进最新的体育器材或赶时髦时，吉娃娃买的几乎总是最新的电子设备，比如一部无线手提电脑，这样他们就可以随时随地处理大量的数据资料了。

我个人从来不喜欢搂着一只吉娃娃的感觉。但是我很尊重他们，并且很清楚，他们对比较复杂的销售圈来说，绝对是一员必不可少的大将。



巴吉度猎狗^①

经典之中的经典是忠诚的老巴吉度猎狗。皱着额头、耳朵耷拉着的巴吉度很少抗拒别人。

作为销售狗的巴吉度如果长相不像巴吉度，至少慢条斯理的性格和巴吉度十分酷似。这个伙伴的眼神会说话，他会和你同甘共苦。你可以试着赶他走，骂他、打他，而他顶多是转个圈，默默地承受这一切。几分钟过后，他会畏缩着回来，用泪汪汪的眼睛看着你，乞求原谅。巴吉度从不会嫌你烦，从不会觉得你给他施加压力，他们的感情持久不变，非常可靠。

我如此戏谑巴吉度，是因为我觉得自己和这个品种的狗最接近。这种销售狗看上去没多少贵族品位，而且也很少表现出激情或自信，但是在所有的狗类当中，他们可以单单凭借性格魅力和个人的友善与他人建立起牢固、忠诚、长期的人际关系。

这个品种的狗很少花费额外的精力去做事情。巴吉度猎狗不常叫，但是他们常常会发出呜呜声和嚎啕声，在他们乞求时尤其如此，而这正是他们的特长！

巴吉度猎狗不管年龄多大，看上去都像中年人一样。锻炼对他们来说太消耗体力了，所以他们柔软的身体常常是蜷缩在那里。他们在所有的狗类中是最不讲究穿着打扮的，因为他们既没有时间、也没有这个心思去关注流行趋势。

他们的车里和办公桌上四处可见随手放在那里的一切废弃

① Basset Hound，擅长追踪猎物及长途越野。拥有不急不躁的好脾气和惊人的耐力，它们善于服从指令，在团体狩猎行动中与同伴配合默契，热情友善的个性使它们在世界各地广受宠爱。平时看上去总是很悠闲自在的样子。——译者注



物——旧的商业名片和破旧的皮带。这种销售狗总是在寻找骨头，但哪怕你赏赐他一些掉在桌子上的、小得不能再小的剩饭残渣，他也会开心得很。在推销的时候，他们有一种天生的卑微，有时候还有些卑躬屈膝，这种天生的气质似乎就是为了把一支怜悯的箭直射入你的内心深处。如果他那哀伤的眼神和乞求的话语没有打动你……你要小心了！你很可能要遭遇他的 B 计划——他们装满了家人照片的钱包会掉出来，然后你会听到一连串关于背带裤、自行车和尚未偿付的账单的故事。他们会不遗余力地争取



哪怕一丝的同情。

巴吉度那种坚韧不拔的劲头只有比特狗可以与之争高下，坚持不懈是他们天生的强项。他们从不会被拒绝吓退，不会因为你不接电话或摔门而去而退缩。这种狗是不知道放弃的。他们坚持、纠缠、哄骗乃至乞求的本事出神入化，这种打破坚冰的能力为他们赢得了很大的名声。“好吧，好吧！只要你从我背上下来，怎么都可以。”客户大叫着：“你想让我在哪里签字？”

巴吉度猎狗在遭遇不幸时会公然号啕着追问为什么世界待他们如此不公，他们从不会羞于发泄。可能有时候，你在拐角处一见到他们朝你走来就想逃跑，可是千万别误会，巴吉度猎狗可是你非常强大的盟友。他们对主人非常忠诚，对目标客户和老顾客也是如此。这种和善和值得信赖的作风可以让巴吉度猎狗日积月累地赚到大量的金钱。

别指望狮子狗会和他们混在一起，就连和巴吉度同时出现在公众场合都会让狮子狗感到有损自己的形象。

至于手机，巴吉度猎狗会对你说他们根本就买不起。接着你会听他们说起孩子、夏令营开支、城市犯罪、芭蕾课程还有旧得没法发动的汽车……

别看巴吉度猎狗整天一副故作可怜的模样，他们追踪和狩猎的本事可是让人叹为观止的。他们的名声可大了，即使在地形崎岖的地带，哪怕是几英里以外最淡薄的气味也别想逃过他们的鼻子。

巴吉度这种超级的追踪本领，再加上那种专注的“直视你的眼睛”的行事风格，使他们成了狗窝中很有价值的一个成员。永远不要低估了外表可怜兮兮的巴吉度销售狗。他们拥有超人的能力，能够嗅到订单，还能在其他销售狗都无能为力的情况下赢得他人的心。



看家狗

接下来是看家狗！

在销售狗的世界里，有一种特殊的狗，这种狗在狗窝中逡巡着，声势夺人。看家狗不是一个品种，而是一种意识！一个大订单就足以打造一只看家狗。

想像一下，若是约翰·韦恩^①或克林特·伊斯特伍德^②长出四只爪子和一条尾巴，是一副什么样子，你就会知道看家狗是个什么样子了。看家狗是一个骄傲自大的赌徒，自认为是个传奇人物。不过，也正是这样的勇气和这种彻头彻尾的自信，让看家狗

① 约翰·韦恩(1907~1979)，美国四五十年代西部片的代表人物，被誉为“美国精神”的化身。参演的影片有《红河谷》、《最长的一日》、《枪手》等，并以《真正的勇敢》一片荣获1970年奥斯卡最佳男主角奖。——译者注

② 克林特·伊斯特伍德，1930年出生，为美国电影史上少见的集演员、导演和制片于一身的全才。他自导自演的影片《不可饶恕》赢得了奥斯卡最佳影片和最佳导演两项大奖。威尼斯电影节也授予他“终身成就奖”。1995年，他自导自演的影片《廊桥遗梦》再一次引起了全世界的轰动。——译者注

能够在非常枯燥的工作时间里保持活跃的状态，而他们的工作期可能会非常非常枯燥和漫长。其他的狗可能靠点残羹剩饭就能活下去，而看家狗只吃大排骨。他哪怕就快饿死了，也不会迫不及待地围着一个倒垃圾的人团团转。

看家狗只有在舞台相当大、灯光相当耀眼、四周人潮相当鼎沸的情况下才会出山。他们不会考虑跨级推销，除非他们可以从最高层人士那里入手，因为他们的时间只能花在这些主要决策人员的身上。他们会轻而易举地绕过人事助理，还有办法让哪怕最忙的目标客户及时回复他们的电话。

看家狗要猎取的不是麻雀和野鸡，他们的眼睛总是紧盯着八百磅的大灰熊。他们可能需要花费一定的时间才能追踪到一只灰熊，但是一旦发现目标，他们就会卓有成效地将其诱捕到手，这是看家狗的看家本事。争斗越是血腥，故事就越是引人入胜，而这故事就越有可能被有声有色地、一遍遍地讲给那些对他们无比敬畏的小狗们听！

我有个朋友就是看家狗，一次我问他通过中介机构来做推销、并在推销过程中达成共识是否相当重要，他吃吃地笑了笑，低声吼道：“那完全是浪费时间。找出‘关键人物’，安排会谈，成交！”这就是他的策略。我可以告诉你，他的座右铭就是：就算你要摔下去，也要摔得惊天动地！就算破产了，也不能在一幢联式公寓里破产！

看家狗总是有意识地在创造自己的传奇，他们不断努力，为自己的征战故事再添新篇。故事被复述时难免有添枝加叶的情况，而对此他们也从不会感到脸红。事实上，如果举办一届吹牛奥林匹克竞赛，看家狗绝对可以代表自己的国家参赛。

看家狗对维持长期的销售链缺乏耐心。他们是终结者，只在

笔已经准备好了、墨水准备充足了、客户已经将注意力集中过来了的时候，才会披挂上阵。

伟大的胜利使他们可以沐浴在阳光之中，他们会花费大量的时间在那里晒日光浴。至于惨重的失败，你别指望看家狗会道歉，因为在他们眼中，这些都绝少是他们的过错。他们会说管理层太愚蠢了，根本不能理解他们的意图，而他们下属又太无能了，根本无法实施他们的战略。

看家狗的麻烦是太喜欢吹牛和天性过于凶猛，这两者会导致重大的错误，比如误传产品信息。他们会向目标客户保证，只要购买一款艺术级的电脑系统，就会配送一台声控的咖啡机和厚垫防寒靴，结果承诺无法兑现，客户彻底失望了，而产品开发部门也大为光火。

对看家狗来说，要么是大订单，要么是没订单，而这种意识也会导致大错。你让看家狗去找份报纸，而他们回来时可能是两手空空！

不过，虽然窝里养条看家狗需要准备一个巨大的铲子和用不完的塑料手套，你还是不愿意赶他走。就算有时候他惹的麻烦和制造的噪声让人无法忍受，你仍然会相信“他还是会获胜的”。他几乎不听管束，开会很少露面，就算来了也总是迟到。他永远都是大家注意的焦点，可以用他那轻松的举止、引人入胜的故事和超凡的领导魅力让一屋子人都言听计从。

一位高超的驯狗师可以在狗还没成熟之前，就发现哪些狗可能发展为看家狗。有时候，他们眼神、走路的姿势，或者他们那比别人更加自信的叫声，都能让驯狗师窥出端倪。

长大以后，他们变得非常骄傲自大，而他们的学习表现也时好时坏，为学习付出的代价十分昂贵。当他们完全成熟后，就会



成为销售经理、公司高级管理人员或企业家。在跨级别市场营销中，看家狗可以接手非常成熟的销售链，不过他们绝不会从底层做起，亲自打造这样的销售链。

如果在早期接受了良好的培训，他们可以发展成销售狗当中的超级高手，但是驯狗师们必须一直保持警惕。看家狗从不会安心处在底层，他们想找到捷径，让自己一步登天。他们想让你——“拿出钱来给我看看！”

他们还能嗅出来谁能给他们带来权力，察觉到和哪些狗混在一起最有好处。他们不喜欢权威，一只小狗几乎没有机会指挥看家狗。他们无法忍受尖叫声。他们会坚持要一间视线好的办公室，要乡村俱乐部的会员身份，还要一张白金消费卡。他们想当老板，想掌握当老板的最佳捷径。

虽然个别品种的狗也许更有可能成为看家狗，但总的来说，看家狗可以来自各个品种。一张大订单就可以造就一只看家狗，而一旦你成长为一只看家狗，就再也不会回到从前了。

看家狗发起攻击时可以非常恶毒。对这些家伙来说，所有的游戏都是公平的，而上帝只会照顾那些有领地意识的经理人。他们狂热地掠夺、抢劫，而惊惧万分的目标客户和心惊胆战、目瞪口呆的顾客只能在一边眼睁睁地看着自己被抢掠而无能为力。他们肯定会把肉带回家，但同时也会把猪圈洗劫一空。

许多狮子狗一进狗窝时就开始朝着看家狗的方向努力。他们努力获取荣耀，吸引别人的注意，追名逐利，而这些都是看家狗所追求的。他们的形象已经很好了，已经有那种吸引人的眼神了，但他们的最终目的是能够保持良好的形象！

金毛猎狗可以成为高效率的看家狗，但是一眼望去，你恐怕很难看出他们的潜力何在。他们拥有足够的信心和能力，但却不



会一下子展示在你面前！一旦成为看家狗，金毛猎狗不仅能拿下大订单，而且他们对服务的那种出神入化的投入还能让交易保持很长一段时间。对金毛猎狗来说，大订单来得不是特别容易，因为他们关心的不止是销售，还有客户的利益。他们的销售计划大多需要大量的后备资源，都要付出大量的时间和耐心。但是一旦



成功，金毛猎狗看家狗对客户关系的注重就可以为他们赢得头彩，让他们在相当长的时间里都沐浴在阳光之中。

巴吉度看家狗在实施或遵循销售计划上不算高手，但是谈到吸引客户以及与客户建立和谐的关系，那巴吉度看家狗绝对是一流的高手。他们可以踮起脚来，跟在任何一个 CEO 后面亦步亦趋，直到赢得他们的心和信任，以及他们在金钱上的承诺，这种强有力的、神秘的诱导方式也是只有看家狗才有的本事。

还有一点是所有的看家狗都具备的——他们的心胸都很宽大。（虽然比特狗和吉娃娃常常很难表现出如此宽阔的心胸。）看家狗很喜欢把地方的同类或小狗掩护在自己的羽翼之下，保护弱小，爱护朋友，做人家的铁哥们。在你需要帮助或被逼入绝境时，看家狗就会出现在你面前。看家狗是一个真正的英雄，他们会至死不渝地爱你。前一分钟还给你惹麻烦，而后一分钟就会独自担当起保护一群小狗的重任。

事实上，每一个普通品种的销售狗的业绩大多都会超出混种的看家狗，这纯粹是因为前者的业绩是通过个人日积月累的努力得来的。但是当一笔大生意出现时，你会需要一只看家狗来最终敲定这笔交易。

如果你手下有看家狗，你会发现自己对他们时爱时恨。你必须对他们另眼相待，而当你真这么做的时候，会立即听到狗窝里其他狗的抗议声。

是的，看家狗真的让人痛苦不堪。但是一旦他们把那笔大买卖做成了，你在开香槟、点雪茄时又会觉得，他们不断给你制造的那些麻烦，其实也算不上是什么大不了的事情。



找准猎物，找准狗！

(换言之，千万别把没毛的京巴派到冰岛去！)

我最初从事推销业务的时候，曾就职于优利系统公司。当时，优利是家著名的电脑及计算器生产厂家。我当时刚到公司，在檀香山分部的正规销售圈子里还是一个新手。我的上司，也就是当时的部门经理一直是一名非常成功的销售代表。他是一只看家狗。

不仅如此，他还是一只比特看家狗。

我的这个经理是一名世界级的推销员，他拿着最高的提成，在比特狗的高级圈子里深受敬重。他打造成功机构的模式很简单——就是培养和他一样的销售机器。他试图把每一个人都强行塞入他的模子里，强迫他们接纳他的那一套习惯和策略，在目标客户毫无准备的情况下进行行销轰炸，整个攻击过程的速度快如闪电，而客户关系总是水深火热，他全部的工作重心都放在新的销售项目上，而不是维护原有的客户关系。“这不过是个数字游戏，”他总是咆哮着，“你要么拿得到，要么拿不到——给我行动起来！”

一旦他对某个销售项目失去了信心，他不会再浪费一点时间。对他来说，世界上只有两个词值得关心——“行”与“不行”，其他任何介于两者之间的答复都会被他视为“不行”，而说出这种话的目标客户也会被他当做糟粕抛在一边，接着他会马上转移，盯住名单上的下一个目标客户不放。

而一旦他得到的回答是“行”，他会立即扼住对方的咽喉，每一次都紧逼不舍，直到对方被迫交出所有的东西。他这种进攻型的风格在聚敛财富上非常见效，但是对他身后留下的破坏性后果，他却丝毫不感到愧疚。

他为自己赢得了威望，使自己成了一只超级的比特狗，于是他决心证明自己的这些策略也能够运用到管理层上。可是，这些策略虽然给他这只销售狗带来了巨大的成功，最终也给他这个驯狗师带来了惨痛的失败。

问题就在于，他认为他的方式就是惟一的方式。而事实上，他的方式不过是一种方式而已。

你不能改变某个人最基本、最主要的天性，那是他们的精华和灵魂之所在。同样，也正是因为如此，我们每一个人才有自己那种独特性。你就是无法把某一个人变成一个和他们本人完全不相干的样子。即使你大吼大叫，即使你开出天价，也无法改变这一点！

而固执己见的结果就是，推行这种失败的克隆教程只会使整个销售队伍灰心丧气，情绪低落，往往会被彻底摧垮。接着，就会出现大幅度的员工调整，而且每个人的推销额都没了指望，只有少数纯种的比特狗除外——这是典型的 80/20 定律。几个星期以后，我也开始浏览报刊上的广告，准备找份新工作，同时不停地算计着怎么才能交上自己的房租。

过了好长时间，才新来了一名销售经理。他的名字叫史蒂夫——又是一只看家狗，不过他的策略完全不同。他的风格与我的第一任经理完全相反。他是一只金毛猎狗看家狗——一种罕见而绝妙的动物。

我还记得他召开的第一次销售会议。他笨拙地走进那间灯光幽暗的会议室，至今一想起那个房间，我还觉得自己仿佛置身于一个洞穴之中。而当时这个洞里蹲着一群焦虑不安的销售代表，我就是其中的一个。

我们刚刚从一只非常有敌意的比特看家狗手下捡了一条命，在他不遗余力的攻击下，我们的信心和耐心都被压到了最低点。许多人只剩一只脚还踏在这条船上，另一只都已经伸出去了，但是我们大部分人还都是一些初出茅庐的小狗，敏感、焦虑，虽然我们很饿、很焦躁，但仍渴望做出一点成绩。

房间里一片唧唧喳喳的吵吵声，但史蒂夫一走进门来，四周就顿时安静了下来。很显然，他是只名副其实的看家狗。虽然刚到这个部门，他却很渴望把自己的计划展示给大家，告诉大家，他打算如何把这个表现平庸的区域变成一个真正不同凡响的销售领地。

我们对他的话感兴趣吗？几乎不。我从起初的那段日子里已经学得够多的了。在史蒂夫开始宣布销售人员的领地变更时，我真切地感受到了自己那种狗一样的心理倾向。如果有人对狗和推销员之间的相关关系心存怀疑，我想你不妨回忆一下，你最近一次所经历的领地变动或提成变动，或者你在游戏进行到一半时遭遇的规则变化。

我还清楚地记得那次会议上的咆哮声和尖吠声。抗议声、喃喃不平声持续了好几天——在饮水机周围或是在咖啡间里，这些



声音的频率往往会达到让人狂躁的地步。

但是抗议和吼叫都没有吓倒我们新来的经理。史蒂夫这个家伙是个大块头，总是咧着大嘴笑呵呵的，说起话来也是个大嗓门。他就像是圣伯纳德狗，强壮而友好，但一旦激动起来也会变得尖酸恶毒。

在你恰好水断粮绝、在世上找不到温暖、也找不到一个朋友的时候，他就会出现在你眼前。接着他会给你一种重燃生命的能量，让你从困境中、从暴风雨中走出来。不管你身在何处，他都能够找到你的踪迹，（他确实做到了！）而且似乎能够承担任何负重。他还是培训理念的大力支持者，而我的第一个经理则很排斥培训。

他在那次会议之后所采取的行动是最为重要的。他和我们每一个人都逐个坐下来谈话，了解我们，了解我们的个人习惯和社会生活，了解我们的个性和爱好。我记得他当时好像更多地是在聆听，而不是滔滔不绝地发表言论。在每一次会谈后，他都为我们每一个人制定出具体的任务，个人之间的任务会略有不同。有的代表立刻被派去做行销，有的只是去和现有的客户谈话，还有的去做竞争对手的调研工作，而另一些被派去和服务技师加强联系。

他让比特狗们去做行销，让金毛猎狗去做客户服务，让吉娃娃去做市场调研，而让狮子狗去吸引关键的目标客户，同时让巴吉度狗去公关一些最大的客户，巩固彼此之间的合作关系。

他验明了狗窝中各个品种的狗，然后把他们派往他们能够胜任的地方。但是史蒂夫并没有就此打住，他又往前迈出了一步。

他努力让我们进步，个人进步加上集体进步，让每个人和我们这个集体都变得更有实力、更有效率。我们了解到了自己这个

品种天生具备的智慧，同时还习得了其他品种的一些本领。

吉娃娃们学会了如何进行激情迸发的陈述，金毛猎狗学会了如何做行销，而比特狗学会了有耐心、学会了聆听。我们没有被迫改变自我，而是因为展现了自我而得到嘉奖，同时还得到了鼓励，让我们更加充分地进行自我发挥。这是自我延伸，而不是自我否定，这使一切都变得不同。

我们每一个人所接受的培训和教导都是以自身条件为基础的。史蒂夫花费了大量时间来了解我们的能力，并尽早地让这些能力得到了充分的发挥。公司也花费了大量金钱送我们去参加全国各地的培训课程。而他们所做的这一切最终都得到了回报。

我们的部门一度是公司表现最差的一个部门，可如今摇身一变，成了一部功率惊人的销售机器。不出 18 个月，我们就成了公司国内排名第一的部门（人均销售额排名）。而我成了公司全美销售业绩排名第一的推销员。



骨头：有的狗会推销，而有的狗却不会推销，这并非天生的推销基因或难以捕捉的运气在作怪，而是有的狗接受过培训，有的狗却没有。不错，的确有天才存在，但天才毕竟是极少数。伟大的表演者都是在他人的训练和指导下练就了完美的本领。那些漂泊游离的狗，没有接受训练，从未意识到自身的能力或弱点，最终往往只能在卑劣和饥饿中徘徊。



史蒂夫作为一名优秀的训练员，拿出了一定的时间验明在他



手下工作的都是哪些品种的销售狗，而且还进一步将我们所有人都培训成勇猛的猎手、忠诚的伙伴和求知欲极强的学生。我们每一个人都从那段工作经历中学到了一定的东西，并在后来的人生经历中把所学的这些东西继续发扬光大。

我在那些日子里学会了很多东西，比如关于销售、人、行为和态度对最终结果的影响。多年以来，我在推销上取得了卓越的成绩，我从挨家挨户卖黄瓜，到推销计算器、电脑、软件系统、空运货物和运输服务，推销的物品可谓应有尽有。我还推销过服务，比如个人发展服务、公司变革项目和针对那些心有疑虑、不被认可的人所提供的行为转变服务。

当时我几乎没有意识到商业生涯将使自己成长为一名真正的“人类”的培训师，成为一名兽医，为那些有需要的种群调整心态。现在我要带着我的椅子、鞭子和驯狗的用品到世界各地与上千个公司合作，应他们的请求，协助他们把属下那些平庸的狗培养成冠军狗。

对那些尚未获取功名的房地产经理人、保险经理人、网络营销经理人和公司销售经理人，我要说的是，希望是有的。对所有那些企业家、企业主和推销员，对那些梦想着“财富大餐”的人们，我要说，它比你想像的还要唾手可得。

世界上真正最优秀的推销员，不管他们是在新加坡、香港、代顿还是曼彻斯特，都有一个共同点。他们都是销售狗。而任何一个负责激励、教导或管理这些狗的人都是一名驯狗师。



各有各的强项

说起成功的秘诀，大多数了不起的运动员都会说：“你要全力以赴、发挥强项！”

比特狗、金毛猎狗、狮子狗、吉娃娃和巴吉度在销售过程中都扮演着不可或缺的角色。和狗的世界不同，在销售狗的世界里，“纯种狗”通常不如品种稍微杂一点的狗吃香。要成为冠军销售狗，关键是了解你自身的能力，并依据自身的能力做事，同时还要学习其他狗身上的本领。为了成为佼佼者，就要有能力进行“跨种训练”，这是销售狗取得成功的一个关键因素。

要实现这个目标，第一步就是清楚地了解一下各个品种的狗都各自有哪些强项。

比特狗

比特狗的强项显然就是他们那种直率和好斗的闯劲。他们能无比熟练地找出一条最短的销售路径，筹备不久就能成交，在这一点上没有哪一种狗能和他们一争高下。他们虽然缺乏耐心，而

且往往还缺乏智谋，但是他们那种无畏的劲头足以弥补这一切。

是那种愿意迎接挑战的心理使他们赢得了市场上的成就。他们不懈地搜索新的目标客户，坚持进行行销，并一次次无畏地面对拒绝，他们的这种能力让人如此神往，以至于许多人都把他们奉为典范，不惜违背自己的天性去争相效仿。

你只要用一句“不行”就可以不费吹灰之力把其他的狗打发了，可这样的回答只能使比特狗更加努力，他们会不断发起进攻，直到你说“行”为止。不过，他们不会浪费时间去追逐毫无希望的订单，当开局表明一切进展都将十分缓慢时，他们会很快奔向其他目标。



比特狗奉上的骨头：在你拿不准的时候，做点什么……

做什么都行！在你心烦的时候，打个推销电话好了。诺曼·施瓦茨科普夫是1990年海湾战争中战绩辉煌的将军，他曾经说过：“在你拿不准的时候，作个决定好了。如果你不作任何决定，就有可能面临灾难性的结局，而哪怕一个糟糕的决定也能促使事态出现进一步的发展，促使人们采取一定的行动，至少你还有东西去纠正。”这样的行为习惯能使更多的大门向你敞开，能为你创造出更大的、惊人的动力，完全超出你的想像。当你觉得拿不准的时候，就有意地去征服心中的疑虑，通过任何一种方式来采取行动，让自己出现在某个人的面前。销售就像是棒球比赛，你挥棒击球的次数越多，打出全垒打的机会也就越多。你要是一直坐在板凳上，那就什么也得不到！



他们在遭到拒绝时会想着怎么把事情变得更加有利，而不是去做调研、不予理睬或采取彻底回避的态度。一只伟大的销售狗总是具备足够的勇气，能充满自豪和信心地把产品和服务带到市场上去。比特狗堪称勇敢的先锋，他们有种天生的本领，能很快打下最初的势力范围。如果时间紧凑，而且目标客户无数，那这些销售狗取得成功的大好机会就到来了。

一些做销售的人常说“一切都是数字游戏”，在某些市场上，情况的确如此。如果你的产品或服务在大众市场上颇受青睐，那这种说法完全正确，而比特狗也正是这种销售工作的最佳人选。但是，如果你面对的是一个市场，目标客户相对较少，那么其他品种的狗可能会取得更好的成绩。

金毛猎狗

金毛猎狗深知，提供持续不断的优良服务是积累财富的最重要的手段之一。他很清楚，在大多数情况下，销售的最佳机遇就在他自己的客户源当中。只要你曾经为这些客户提供过优质的产品和服务，那么这些销售就会为你以后的推销铺平道路。

金毛猎狗和狮子狗一样，他们都知道满意的顾客不仅会继续购买，而且还可以成为自己最有说服力的宣传者和质量见证人。在其他的狗跑出去寻找新的猎物时，金毛猎狗却在原有的客户身上增加销售额，并致力于通过推荐促进销售。他们知道，与面向老客户相比，向一个新客户推销需要付出六倍的金钱、时间和精力。

金毛猎狗是一种目光长远的销售狗，他们能够建立起强大的销售机构，并培养出一生忠实支持自己的客户。别看这些销售狗天性友好，他们可一点都不幼稚。他们非常明确自己每一个客户



的长期购买潜力如何，并据此为客户提供量身定制的服务套餐。
金毛猎狗要的不是客户，他们要的是朋友、同事还有熟人，都是“非常不错的人”（只是，这些人当中有的人比其他人要更好一点！）他们最了不起的特点之一就是总能持续不断地想办法让每一次交易和每一次服务都增加一些真正的价值。他们总是不厌其烦地一次次地跑回来，采用新的方式来取悦客户。

金毛猎狗总是致力于提供高水平的服务，因此他们不会那么坦然地面对拒绝，因为他们往往会从个人的角度看待拒绝，而不是对事不对人。他们容易把拒绝看成是对产品或服务的直接批评，甚至更严重的是，他们会认为这是对他们个人的一种否定。而客户则对此津津乐道，因为他们知道金毛猎狗会在遭到拒绝后一声不吭地退回去，改正错误，再提供更好的服务，变得更加顺从。



金毛猎狗奉上的骨头：永远争做第一个付出的人！不管是在谈判、销售、争论的过程中，还是在其他不同的场合，所有的商业领域无一例外。第一个付出的人永远会占据优势，因为这样一来，你就触动了原本持平、对等的天平，让它朝着对你有利的一面倾斜过来。对方在潜意识中会觉得自己有义务报答你对他们的付出。为他人付出，你可能不会马上得到回报，但是在充满能量的商业活动中——也就是我们所谓的销售行为和生活，有着非常有趣的互惠法则。养成付出的习惯，这样你的姿态才会更真诚，才不会让人觉得你有所图谋。



狮子狗

在做生意的时候，外表和形象是至关重要的。许多商品和服务虽然比别人的略逊一筹，但销量却胜过了别人，原因很简单，就是看上去形象更好。感觉比实际的影响力可大多了！

没有人比狮子狗更清楚形象和声誉对于销售成功的重要性。狮子狗是奉行完美主义至上的市场营销理念的销售狗，他们为产品和服务进行定位的能力使他们成了狗窝中报酬最高的销售狗之一。



狮子狗奉上的骨头：学会在各种群体面前发表出色的演说，并尽可能在实践中不断运用这门艺术。一对一的交流技巧固然重要，但若能够在众人面前发表出色的演说，能使你的知名度和信心增加百倍。还要学会如何通过装扮和服饰体现你个人的风采。研究表明，穿着讲究、装扮得体的推销员比那些外表不加修饰的推销员的业绩要高出35%。我个人有幸和世界上最好的形象顾问合作过并受益匪浅，我建议你也去寻找专业的培训机会。要学会如何让服饰装扮在最大程度上扩大你的影响力，学会如何突出你最美的一面，而将其他的弱点化为最小！形象和冲动是人们购买的动力，好的外表不过是工作内容的一部分。一只了不起的销售狗要从狮子狗这里学好多东西呢。



狮子狗意识到，自己对产品或服务的市场营销做得越好，成为“下单高手”的这个目标就越容易实现。他们要客户来找自己，而不是自己去找客户。许多狮子狗非常擅长开发并应用市场营销的工具和策略，他们在座谈会、商贸展示会上以及各种公关场合尽显风采。狮子狗在赢得声誉、发掘推荐人并建立起一个人际关系网络上总是做得非常到位，而且他们可以打造出最好的中介推荐网络。

记住，和狮子狗在一起，产品或服务不但要好，还必须“看上去好，摸上去好，听上去也好”。他们知道，高级的产品与服务若能体现出美学与顶级品质的完美融合，就会在竞争当中所向披靡。

如果公司给狮子狗足够的自由空间让他们去开发并测试市场营销工具，那他们会有一番非凡的表现。他们非常热衷于建立团队、网络和联系人体系，还把这些联系人称为“朋友”。如果让他们经手一些本来就很抢眼、很有吸引力的商品，如汽车、房子、度假村和昂贵的家用电器，那他们也会成为众人瞩目的人物。他们的强项就是有效地打造公司形象。

吉娃娃

在这个高科技销售与市场营销的年代里，吉娃娃是狗窝中一颗迅速崛起的明星。拥有最新、最准确的产品知识可以说是一个艰巨的挑战，但是，产品知识是一种证据，没有这个证据，你就永远也无法彻底说服“陪审团”。吉娃娃在最终实现交易的过程中扮演着非常关键的角色。

如今，客户对市场上的产品及服务的性质了解得越来越多，因此一个成功的销售狗必须与时俱进，必须掌握最确切的信息。有太多的狗都太懒惰了，没有对此给予足够的重视，而正因为如此，他们只能进行“肤浅的推销”，无法取得成功。一切听上去都棒极了，直到客户问起细节问题时才傻了眼。

吉娃娃具有特别的天分，他们能很好地把事实和证据糅合在一起，向目标客户演示一切是如何运作的。他们有能力控制并减小客户心中的疑虑，能够把智慧和信心融入自己所推销的产品当中。许多最出色的吉娃娃都要花费大量的时间作调研，学着去了解整个产品牵涉到的所有错综复杂的信息，在投入大量时间和精力后，他们往往对自己推销的产品或服务产生了发自内心的激情。他们总是能将激情和不容置疑的证据合二为一，作为推销员，他们这种独特的能力令人敬畏，就连疑心最重的顾客也对他们心悦诚服。白纸黑字的数据资料总能让你心服口服吧！

正因为此，他们接触的买主在购买后产生反悔的比率比其他狗要低，如比特狗或狮子狗。比特狗的“受害者”在所受的威胁逐渐消失后会改变初衷，而狮子狗的猎物在魅惑者离开后也会三思而后行，可吉娃娃留给目标客户的只是事实、数字和资料，而且这些都经得起逻辑推敲，都具有很高的可信度。（尤其对那些惯用左脑思维的人来说！）

吉娃娃还天生好奇，对目标客户的生意以及他们的梦想都很感兴趣。他们对每一件事情都感兴趣，所以很擅长把产品的特点和客户的需要搭配起来。





吉娃娃奉上的骨头：学习如何去学习！掌握具体的学习策略，学会如何像海绵一样去吸收关键的资料。你有着独特的学习风格，一旦你掌握了它，调研和学习就变成了乐趣，变成了一件很简单的事情。当教育变成了一种乐趣，那你就开创了一片超越极限的天地。学校教你去听、去读、去记笔记，并将信息来回咀嚼。狗不这样做，大部分人也不会这样去做。对我们当中的大部分人来说，学习的程序是这样的：首先去经历（做一次行销），然后就是磋商（讨论和回顾），接着是把你学到的东西写下来。对数据也是如此。拜访一个地点，与客户谈话，采访一个卖主，然后把你学到的东西解释给另一个人听，接着把你需要记住的东西写下来。你的客户持有率会出现惊人的飞跃，而你在会见目标客户时也会信心倍增。



他们的头脑就像不断扩大的数据库，渴望自己能在一天 24 小时内不间断地对每件事情、任何一件事情展开市场调研。他们处理的信息非常琐碎，超出了人们的想像。但是往往有的时候，正是这些看似琐碎的信息，这些小得不能再小的细节，会使局势向对你有利的一面倾斜，最终敲定一笔买卖。在面对拒绝的时候，吉娃娃会很快查出是什么潜在事实导致自己这次遭到拒绝，然后再拿这些事实和产品以及服务的确切情况进行对照。他们的座右铭是：“知识最丰富的人才能赢！”

巴吉度猎狗

巴吉度猎狗的强项真正经得起时间的考验。许多这个品种的狗都生长于工业时代，在这个时代里，价值观和个人关系是推销的关键因素。他们的强项在信息时代同样能发挥关键的作用，因为这个时代中的每一笔交易同样要涉及许多错综复杂的人际关系。

在那双大眼睛和那对耷拉着的大耳朵的背后是一颗诚实、坚韧和值得信任的心。巴吉度猎狗把这些价值观带到市场上，并将它们化做自己的荣誉徽章。他们会尽最大的努力证明自己的可信度和忠诚性。事实上，如果一个客户没有对他们表现出同样的热情，他们会感到非常受伤害。如果有可能让他们选择，他们总是更愿意选择与某人一对一地相处，坚定地直视对方的眼睛，建立一种私人之间的亲善关系。在有一点上，他们和金毛猎狗非常相像，这就是他们非常漂亮，有着可爱的个性。

在某些情况下，取得客户忠诚的支持非常不容易，而此时巴吉度猎狗可以在稳定客户方面发挥巨大的影响力。随着客户的期望和需求不断增加，品牌之间的竞争优势以及品质差别的空间不断缩小，这时巴吉度猎狗所具备的与人们建立感性联系的能力往往成了生意兴旺的决定性因素。要想保持成功的销售业绩，狗窝里千万要养上几条巴吉度。

这些销售狗可以在别人无能为力的情况下去挖掘并寻找开局机会。如果开局机会很少，你需要派一只巴吉度去巡查领地，嗅出不太明显的机会。这些狗的嗅觉和追踪能力出神入化。他们能在千步以外闻到机会，并有一种离奇的本事，总能找到新的、非





巴吉度猎狗奉上的骨头：掌握亲和力这门艺术。你可以从今天做起，完成如下两件事情。

1. 学会聆听。巴吉度猎狗有着一双大耳朵，所以聆听对他们来说是一种非常自然的行为。你在学习这个技巧时，要训练自己闭上眼睛去听，或者把头随便转到说话人的那边去听。（耳朵要竖起来。）如果你和大多数人一样，那很可能此时你眼前看到的東西会分散你的注意力。这种训练能让你随时跟上谈话节奏，提高聆听的能力。而该技巧对擅长聆听的人来说完全出于本能。
2. 学会把谈话对象的肢体语言和他说的话联系在一起。巴吉度猎狗能让你对他说“噢——”因为你被他那双忧郁的大眼睛所打动。同样，你也可以用这样的方式和你的目标客户、妻子或丈夫、工作伙伴或老板进行沟通。把他们的肢体语言，如双臂交叉、跷二郎腿、脑袋微抬，以及其他面部表情等等，都和他們要表达的东西联系在一起。考察他们是不是在使用某种视觉语言（“你看懂我的意思了吗？”），听觉语言（“你听到我在说什么了吗？”），或者感觉语言（“觉得不对劲吗？”）。实际上，人们经常会在说话时不经意地给对方暗示，而这种暗示能帮助你揣测他们的交际风格。注意听取他们的各种语言，善解人意你会在对方甚至没有意识到的情况下打造出一种奇迹般的沟通方式。



同寻常的解决办法来应付客户提出的问题，而其他人可能就是花一百万年也想不出这样的办法。

巴吉度让人信任。他们行事稳妥、可靠，客户在寻求公正客观的建议时会来找他们，因为客户明白他们不会让自己失望。如果手里的产品或服务对客户来说并不合适，和其他品种的狗相比，巴吉度更有可能对客户实话实说。不过，巴吉度有一种“疯狂的发明家”的气质，也就是说，他们还更有可能找到一种折中的解决方式，完全符合客户的需要，同时也能把产品推销出去。

每一种销售狗都要学会把自己的强项和其他销售狗的强项综合起来看待。这就是为什么销售狗团队在当今的市场上最具价值。在团队中，每一个成员都能够发挥自己全部的才能，同时让同事去发挥他们的才能。这样他们才可以作为一个团队进行销售，工作起来才能稳定、有效和自然。

比如，巴吉度猎狗必须学着把自己发展人际关系的深刻理念及能力与狮子狗的市场营销力量结合起来。否则，他们很难在日益庞大的网络经济中找到出路——在这里有 90% 的客户是你永远都见不到面的！为了跟上别人的脚步，巴吉度必须学会在一对一的环境之外如何实现多向发展。

而狮子狗和比特狗可以从金毛猎狗那里学到许多东西。这两种狗在拿到订单上很有一套，但是金毛猎狗更清楚售后关系对保持战绩来说有着怎样的重要性。

所有的狗都能从吉娃娃那里学到某些东西。狗窝里若是没有这些知识丰富的销售狗，那么一个销售机构可能就只有喊饿的份，没有大嚼的机会了。吉娃娃提供的关键事实数据和信息能解答客户最关心的问题，消除他们的担心，并最终让合同白纸黑字



地落实下来。

那么，你是哪一种销售狗呢？

你有没有确定自己和哪一个品种的狗最接近呢？

哪一种描述似乎对你来说最真切？

哪一种狗是你“重要的另一半”？

作为一名驯狗师一定要有能力辨明自己手中所有的狗究竟都属于什么品种，这种能力将提高你管理该群体的能力。知道如何识别狗的品种将使你拥有更大的渗透力，能够更好地满足更多的客户提出来的更多要求。结果是什么呢？更多的销售订单，更多的提成，还有更多的现金，而且人人有份！

支持销售的注意事项

每一个销售机构都有一间发动机房。这里的人每天都转动轮子，确保产品能从 A 发送到 B，确定服务提供到位，客户的姓名拼写无误。他们在银行存取款，使账簿收支平衡，尽力让每一个人都高兴。这些默默无闻的英雄们对于销售成功也发挥了关键的作用。销售狗若能给这些为他们服务的人提供服务，将会获取非常巨大的利益。

超级混种狗

此时，你可能觉得你和某一个品种的狗有很多相似的地方，但其他某个品种的一些特点似乎也和你很贴近，对此你可能会觉得很困惑。如果你认为自己和某一个品种更相近——你很可能就是属于这个品种的狗。我们每一个人都会有一个主导品种，同时还掺

杂着其他一些特质！

在狗的世界里，纯种狗很名贵，是价值不菲的动物。而在销售狗的世界里，他们虽然也很珍贵、很特别，但是可能就没有那么的名贵了！有的推销员很自豪地宣称自己是某个单一品种中的一员，而且拒绝吸收他人的一些优点。可是，最成功的推销员都会既了解自身的天赋，又努力地吸收他人的优点。在销售狗的世界里，真正的主宰者是超级混种狗。

我有一个朋友在得克萨斯，她是我所认识的最了不起的企业主之一。她曾经是奥斯汀一流的房地产经纪人。现在她和她丈夫拥有得州最成功的一所房地产学校。她是一只典型的穿着狮子狗外衣的比特狗。她做起生意来很固执，而且从不心软，但是她总能用她那优雅的姿态让你为之倾倒。事实上，在任何一个种群中，最有能力而且杀伤力最大的狗往往是女性混种狗——尤其是穿着狮子狗外衣的比特狗。（他们会以同样的破坏力让你为之心碎！）

这种狗的能力让人惊叹，他们可以吞下大块的市场份额，而他们的竞争对手在被吃掉的时候甚至都没有意识到发生了什么。而且，目标客户也被他们的优雅和端庄完全迷倒了，常常在自己被卖了的时候还蒙在鼓里。你可能在女盥洗室里曾经见到过这样一只混种犬，她一边对着镜子补妆，一边咬牙切齿地嘀咕着：“我要搞定那个畜生！”

对狮子/比特混种狗来说，销售这种游戏就是生活的全部。大多数纯种的比特狗一旦抓住了一笔买卖，最关心的就是提成，他们满脑子只有一个字，那就是“赢”！但是，由于狮子/比特混种狗身上有了相当一部分狮子狗的特性，比特狗的性格便不会轻易浮出表面。目标客户大多感受到的是那种充满魅力和睿智的



社交氛围，这些只有狮子狗最擅长。（哦，外婆，你的牙怎么那么尖呀！）

我的父亲是我所见过的最成功的推销员之一，他是一只身穿巴吉度制服的比特狗。你看到的是他那具有迷惑力的随和的举止，这种姿态会麻痹目标客户，让他们放松警惕。但是如果你仔细观察，你会看见他目光闪烁之间隐藏着一股杀气。他的好斗性深藏不露，不易被目标客户所察觉。这种谦卑与攻击性兼有的特性实在是让人叹为观止。

献给经理人的骨头

永远不要低估任何一只销售狗。能打猎的狗都有这么个特点，他们往往看上去像个懒惰的混种狗，蜷在那里，迷迷糊糊的，没有什么大作为。这是因为他们还没有嗅到任何气味，一旦嗅到了什么，肾上腺素就会立即活跃起来，浑身毛发耸立，立时就准备出发了。所有的困境都阻挡不了他们那无限迸发的精力，他们把鼻子贴近地面，无所畏惧地穿过泥洼，趟过河流，翻越岩石，直到最终找到猎物。

有的销售狗说起来头头是道，但是在最终即将成交时却有一点停滞不前。你必须了解自己擅长的是什么，以及还有哪些技巧是需要继续锤炼的。如果你是一只体重 10 磅的吉娃娃，而你的猎物是一头体重达 500 磅的大棕熊，你可能需要一点支援才能最终达成交易。在必要的时候，永远别怕叫来同窝里具备一定技巧的另一只狗来帮助你敲定一笔生意。只要处理得当，推销可以变成一种非常精彩的团体运动项目。比如，把一只吉娃娃和一只看家狗组合起来，那样你就既有了声势和信心，又有了可靠的资料

和信誉，这无疑是一个杀伤力极强的组合。

也有一些销售狗似乎拥有无人能及的某种能力，他们能灵敏地嗅出一丝一缕的气息，并进行追踪。于是，他们拥有了许多很有资质的目标客户，但问题是他们很难把推销进行到底。首先，你要让他们充分发挥自己的强项，然后你要给他们帮助，协助他们完成交易。也有的销售狗是“瞎”鼻子，他们无法打开局面，就算机会从天而降，他们也察觉不出来。但是，如果你把他们放在一个现成的目标客户面前，他们就可以发挥自己的魅力，吸引、赢得对方，最终轻松而且出色地给整个销售划上一个完美的句号。

超级大骨头

发挥你的强项，并让每一个人都充分发挥各自的强项，这样一来，你们都将成为赢家。





发挥你的强项

我向来坚信你应该先了解自己的强项，然后再去充分发挥你的强项。不过，有的时候你的强项反而会成为你的障碍。

我在从业的初期就曾遭遇这样的情况。我有一个天生的本事，那就是非常善于学习、分析并利用别人的长处。我花费了大量的时间去欣赏并研究他人的成功经历。我总是想，既然他们都比我成功，那就意味着他们一定具备某些内在的东西，是某些特殊的性格优势把他们推向了成功的顶峰。而我的目标就是了解并学习这些性格特点。

想法是不错，但是一旦走向极端便适得其反了。如果你完全压抑了自己的灵魂、埋没了自己的闪光点以及独特气质，盲目地去模仿另一个人，那你的这种努力便会成为一种障碍，阻碍你的个性发展。在争着模仿他人的强项时，你把自己的强项丢掉了。

说到我自己，有好几次我真的在非常努力地试图变成另一个人。别误会我的意思，学习他人的长处是提高自身能力的一个最好的办法。不过，我很早便发现，试图变成另一个人结果只会使

自己陷于沮丧、挣扎、不快和困顿之中。

我的许多朋友，有的直至今天都保持着一种非常强硬、非常好斗的气质。他们有一种能力，能连推带压地通过不懈努力挫败别人的勇气，压制对方的力量与权力，迫使对方和他们签订协议。我虽然非常乐于参与他们这种力量型的、激情迸发的推销过程，但是我自己一向无法压制别人或和别人针锋相对，无法迫使对方向自己屈服。

我是在俄亥俄州纳瓦拉的一个乡村社区中长大的，在同龄孩子中我又是最小的。记忆中，大部分时间里我都是在躲避各种冲突和厮打，以保自身的安全。就是在这样一种环境下，我磨炼出了一种本能，那就是迅速起跑，突然拐弯，在较短的时间里跑出去很远，甩掉追赶我的人。当我的腿再也救不了我的时候，我的嘴就会发挥作用，保住口袋里买午饭的钱。我知道如何凭借三寸不烂之舌让自己逃出艰难或危险的境地。久而久之，我很难在别人面前摆出一副咄咄逼人的架势。

许多人也许会认为，我这样一个缺乏进攻性的人肯定是一个不怎么样的推销员，但幸运的是，我个人的成功足以证明事实恰恰相反。

说实话，在遭遇冲突和艰难的处境时，我内心的感受还是和当年那个八岁的我一模一样。当我在生意上进退两难时，当我和妻子或同事发生争执时，我心里总有一种念头，那就是逃跑，而不是去战斗。

如果我表现出一点勇敢的样子，那更多的是因为我对现实世界中的残酷永远认识不足，永远抱着天真的幻想，而并不是出自于直面冲突的勇气。我常常发现，当我陷入了艰难处境中时，我只要左摇右摆几下就会逃脱出来。在这一次次的经历中，我意识

到自己天生倾向于息事宁人，不愿意挑起事端，而我这种扭转劣势的能力使我赢得了巨大的利润。

大学毕业后，我的第一份工作是在一家有名的货运公司就职。公司老板认定我将来会成为一个总裁或领导人物。他是个活力四射的企业家，经历了许多磨砺才最终建立了这家成功的企业。他想把我打造成他的接班人。

我记得好几次，他都曾对我说过这样的话：“等你开始像我这样想问题的时候，就算上了正轨了。”许多成功的企业家都抱有类似的观点。

可是，我发现自己缺乏他那种勇气，不敢站起身来面对那些人高马大的货车司机，没有他那种勇气对工会采取强硬态度。我认识到我的强项是谈判，是让别人变得心平气和。最后，我再也不愿意强迫自己改变个性，何况这种个性完全不适合我。于是我离开了那家企业，开始追求自己的销售事业。

我遇到的第一个销售经理采纳的是同样的方式，试图把自己的手下打造成他自己的复制品——他心目中最完美的推销员。在史蒂夫取代他之后，我的世界发生了转变。

在最初的几个月当中，我接受了培训，这些培训让我展现出了自己的强项：我有一种取悦客户的强烈欲望，而且擅长与人建立和睦的关系，并能持续保持积极的心态。我几乎可以和任何人交上朋友，并能很快让他们放下戒心。我发现自己一旦遇上一个目标客户，就能在非常短的时间内和对方建立起一种牢固的、彼此信任的长期合作关系（典型的巴吉度/金毛猎狗的混合品种）。

我的这些强项足以让我发展成一名中上水平的推销员，但是我仍然需要学习另外一些技巧，才能成为一只真正不同凡响的销



售狗。说到这里，我的一些天生的品性真的成了我成功路上的障碍。

比如说，我总是下意识地推脱一些让我觉得不太自在的会晤和一些比较难处理的任务，总想着“以后再说”。我经常在一次销售过后需要缓冲一下，看着自己的精力和良好的状态一点点消失殆尽。所以，我很难进入连轴转的状态。我的这种天性既成了我的动力，也成了我的阻力。

对我来说，做行销比做什么都难。我可不是比特狗。不过我意识到，若是没有这个能力，那在开局不是很顺利的情况下我将永远处于劣势。我知道自己需要有能力去开拓业务，而行销是开拓业务的最好方式。显然，我需要克服与陌生人交谈时那种从内心油然而生的恐惧感，不能害怕遭到拒绝，因为正是担心被拒绝，我才不敢贸然地去推销。

我的经理通过培训帮助我跨越了这道重大的障碍。他告诉我，行销的目的并不是推销任何东西，而是锻炼自己，让自己适应其他的销售形式。这就像举重或跑步一样。他让我把整个过程一遍遍地重复，这样就会在我的脑子里形成一种神经性的条件反射。这个办法果然有效。反复行动终于赶走了我心中的畏惧，取而代之的是一种迎接新挑战的激情。

事实上，我把行销这项苦差事以及克服内心恐惧的这种煎熬变成了自己的一种骄傲。对我来说，看看自己在一天当中能做多少次推销简直成了一种游戏。我相信自己现在仍然是纪录保持者：一天 68 次！

若在过去，这简直是不可能的。但现在我知道，这对我意味着一次真正的冲击。我记得自己在檀香山商业区里从一间办公室跑到另一间办公室，推开一道道门，在一个个接待员面前匆匆走

过。我学会了怎样在最短的时间内仅仅通过察言观色、通过观察人们在办公室里的位子发现并找出办公室经理。

我会突如其来地出现在他们面前，用手中昂贵的桌面计算器给他们进行疯狂的演示，大喊大叫中洋溢着狂热与幽默。我记得那天刚开始做的几次推销让我很痛苦，但是在那个创纪录的日子里，（大概在第25次推销的时候）突然间我完全放开了！我冲进办公室，就像一只军犬那样咆哮着，时而又夹带着一丝土狼式的幽默，我在办公室所有人员的面前进行表演，完全没去想推销的事情，也没有顾虑到自己的形象。我的幽默和泼辣发挥得越来越淋漓尽致，而在那天接下来的时间里，我把每一次推销都视为一次新的演说机会，并利用这些机会不断磨炼自己的技巧。

那天所做的推销没有一次成功的，但是我的思路被彻底打通了。只要有必要，我就能和比特狗一起冲锋陷阵了。

我意识到我这种销售狗——巴吉度和金毛猎狗的混合品种——总有一天需要运用更多的技巧才能上升到最高的层次。我只用了一天就领略到了比特狗的思维方式，并学会了这个品种最强的天性——好斗，而且不在乎自己的形象。对我来说，这是具有转折意义的一天，从那以后我学到了很多東西。

我新练就的面对困境的本事使我成功地获得了好几笔业务，这些业务给我带来了丰厚的收入，让我挣到了很多钱。如果我没有接受训练，在发挥自己强项的同时没有学习其他销售狗最拿手的本事，那么我现在可能还蜷缩在某个角落里，做着天上掉馅饼的美梦。

你不一定非得要做一只比特狗，但是你必须学习比特狗的本领，在自己需要的时候能把它运用起来。

我很清楚，作为推销员，我最大的长处是我仍然是一个“好



人”。但是，在必要的时候，我也能像比特狗、吉娃娃或狮子狗那样披挂上阵。通过培训和实践，我的头脑里已经开始接受了那些新的战略和技巧。我能够去学习，去经历，把阻挠自己从他人身上学习成功策略的精神障碍彻底扫除。我已经把自己的头脑培养得非常灵活，可以视情况随时接受并启动我所需要运用的战略技巧。一度让我畏缩不前的那些恐惧和障碍逐渐消失了。



骨头：有的销售狗能推销出产品，而有的则不行，这其中的另一个原因在于你是否有能力学习并运用制胜的技巧。有的人能够吸收对自己来说比较陌生的行为技巧，这样的人能够通过学习成为一只超级销售狗（或者我们所说的超级混种狗）。而有的人不会学习，拒绝放弃固有的思维方式，固执己见，他们只会说“那不是我的风格！”这些人最终只能被抛弃，沦为可怜虫。你必须永远做一个学生，永远渴望超越自己。



事实是，正因为我愿意学习，正因为我得到了很好的训练，我才最终发现，在我的内心深处真的潜伏着一只比特狗，它在蠢蠢欲动，渴望着冲出樊篱；同时潜伏在我内心深处的还有一只狮子狗，它也在蠢蠢欲动，渴望着保持良好的形象；另外还有一只吉娃娃，满怀着激情和动力，仿佛一个徘徊在边缘的数据怪人。煤矿的深处其实埋藏着许多钻石，你需要花费大量的时间、付出艰苦的努力才能让它们显现在你面前，让它们发出光芒，给你带来财富。

不过，人们每碰到挑战时，头脑中那个下意识的声音就会说“我只能用我的方式来处理”，如果你在这个声音的影响下轻易地缴械投降，那就永远也达不到更高的境界，永远也不会拥有现在所享有的经济上的成功、社交上的成功和生活上的快乐。



全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
•任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>



超级混种狗训练

你也许要问“在推销当中哪一种销售狗最成功、赚的钱最多？”是不言放弃的比特狗吗？那么能给人留下深刻印象的狮子狗呢？会不会是巴吉度猎狗，因为它是那么擅长与人交际？或许是金毛猎狗吧，它那无与伦比的客户服务是不是总能让人称道？或者在这个电子世界里，吉娃娃对技术知识了如指掌的头脑更能让它独领风骚？

对这个问题，各个行业中、各种情况下都会涌现出各种不同的答案。你需要让一只狮子狗来推销一个新公司的“形象”，他们的本事往往是表现这个公司“将会怎样”，而并非“它实际上是个什么样子”。

在一个在商言商、讲究高科技的环境当中，吉娃娃可能在处理疑难问题、完成复杂的销售过程方面是最成功的人选。在销售领地遭到破坏、需要重建客户的信心和支持度的情况下，金毛猎狗那以客户服务为基础的销售战略可以解决问题，因此，这时候金毛猎狗会是最成功的人选。

同样，要想在一支销售队伍中注入传统的价值观以改变局

面，那扮演这个角色的最佳人选非巴吉度莫属。巴吉度是建立“老伙伴”销售网络的大师。当然了，在销售进展缓慢或是时局艰难、该冲锋陷阵的时候，没有人能比得上比特狗了。

那么究竟哪一个品种的销售狗能推销得最多，赚到最多的钱呢？正确的答案是：所有的品种。



如果你能在一个推销员身上找到这些品种的最突出的优点，那你就找到了一个我们所说的“超级混种狗”。不管情况或环境如何，这种冠军销售狗总能生存下来，并能取得辉煌的成绩。

你是否成功并不取决于你究竟属于哪一个品种。一只销售狗如果完全依赖自己固有的长处，不去学习其他品种的特长的话，那他们在销售行业最终只会表现平平。你是否有能力在发挥自己专长的同时学习其他品种的本领，将决定你是否能成为一只成绩非凡的销售狗。融合的品种越多，赚的钱也就越多！

不久前，我受纽约的一家大投资银行的委托，观察他们的一个销售团队，这支销售队伍正在竭尽全力地招兵买马，但业绩仍然不够理想，他们想让我看看为什么会这样，并帮助他们扭转不尽人意的销售局面。

我一去就旁听了一次该销售团队与一名客户之间的电话会谈。我们全体都在一个办公间里集合，这个房间四面都是玻璃墙，从房间里可以俯瞰这座行色匆匆的城市。房间中央摆放着一

张巨大锃亮的红木会议桌，可供十几个人轻松入座。当时，房间里有六个销售和营销经理在来回踱步，他们试图向一家财富 500 强企业的养老金基金管理经理推销一种高投资有价证券。

在电话会谈开始前的那三分钟异常地漫长，仿佛时间都凝固了一样。房间里西装革履的角斗士们都非常亢奋，就像一支准备上场的高中足球队。

他们的瞳孔张大了，掌心冒汗了，还时不时地松一松价值 250 美元的领带，随时准备出击。正午的阳光穿过房间巨大的玻璃墙面，一排金光闪闪的衬衫袖扣险些让我睁不开眼睛！

我坐在角落里，静静地观察着眼前的情景。此时，这个销售团队正在重温他们的游戏计划，他们把客户可能提出的所有拒绝的理由都准备了一遍，而银行的负责人也热烈地给他们打气：

“我们一定要把这个人拿下！”这一刻，我仿佛看到了他挂着哨子、身穿运动服的样子，那运动服上印着两个大字“教练”。

电话铃响了，每个人都把注意力集中在桌子中间的扬声器上。在和客户进行了几分钟的交谈和问答后，其中一只销售狗像突然亮了起来的电灯泡一样，一跃而起，迅速伸手按下了电话上的“静音”键。

接着，他激动万分地告诉大家他突然想出了一个绝妙的方案，保准让这个客户不得不接受他们的推销。大家热烈地回应着，兴奋异常，全部都扑到这个计划上来了。他们就像一群叫个没完的小山狗一样，左蹦右跳，前前后后地絮叨着，在白板上疯狂地涂写着，还屋里屋外跑来跑去地搜集更多的数据资料。

在这好一阵子的忙乱中，他们却忘了那个客户还在电话那边继续说话呢，而此时他们当中没有一个人在听他说些什么！静音键一直按着，只不过，每过一会儿就会有一只销售狗走过来把它



关掉，非常礼貌地对客户应付道“哦，哦，是的，好的，很好”，接着他们又会按下静音键。这一切简直让人无法想像，而我能做的就是强忍着不让自己捧腹大笑。

过了一阵子，他们终于确信自己已经将猎物锁定了，于是，销售经理们镇定地坐了下来，取消了电话静音。他们装作听了几分钟，然后抓住对方一个停顿的间隙，开始抛出自己的杀手锏，试图完成他们自认为是本世纪最大、最成功的一笔交易。这些人几乎一口气把话说完了，其间，一只吉娃娃滔滔不绝地抛出了一大堆的数据资料，那种咄咄逼人的架势颇似比特狗的风格。最后，他们的话讲完了，我几乎感觉到他们已经准备点上香烟，静候佳音了！

这时，客户开口说话了：“哦，我听到了你们说的这些，我不是很确定。这样吧，你们过几个星期再给我打个电话，我们到时候再进一步讨论一下吧。我还需要考虑一下其他的选择。”

会议室里的人都惊呆了，不敢相信自己的耳朵。一些人嘀咕了几声，试图重新解释些什么，可是客户已经离线，挂断了电话。

电话“咔哒”一声挂断了，此时周围一片沉默——只有我在角落里窃笑。银行的负责人还愣在那里，一副摸不着头脑的样子，他转过身来问我：“出了什么问题？”

问题很简单，不需要请教火箭发射专家，普通人都能发现问题出在哪里。这些家伙都是一些超级的比特狗，兼有一点吉娃娃的特性。很显然，这里缺乏的、同时也很急需的是巴吉度猎狗或金毛猎狗的身影。

从一开始他们就纷纷忙于找出解决方案，而没有耐心倾听客户的问题到底是什么。客户一直在说，他关心的是如何让他的董

事会接受这些方案，而他的声音没有得到关注。他满怀信心地把这个问题拿出来和他们讨论，但他们根本没有注意到他这些话的重要性。

这个客户说，上一次有一笔类似的交易让他很尴尬，使别人对他颇有微词。所以，他很关心银行的信誉，以及对于公司这种高风险的投资方式媒体会怎么说。任何一只货真价实的巴吉度或金毛猎狗都会认识到，这段个人经历将直接影响客户的最终抉择——这个人在寻求诚信、保证、放心和回报。而当时这群销售狗给他的承诺除了回报之外，什么都没有。

由于整个销售团队都没有意识到这个问题，结果追捕的过程中就没了猎手。最糟糕的是，因为没能成交，他们完全把责任推到客户身上。突然之间，客户成了“不可理喻”的人，“不是我们要的那种客户”，而且“太难伺候”。在他们看来，一切都是客户的问题——责任不在他们自己。

好消息是，我们后来为这些狗提供了培训，让他们了解了其他狗的拿手本领。实际上，我是把这些家伙都叫到一起，让他们彼此促膝而坐。他们要按我的要求直视对方的眼睛，毫不犹豫地完成自己的伙伴所发出的简单指令。我让他们这样训练了好几个小时。他们对此简直忍无可忍！可是过了一段时间，他们领悟了。我们在他们的头脑中打开了一条新的思路。他们学会了巴吉度猎狗的一个重要本领，那就是投入、沟通、聆听，并让对方明白你很清楚他的意思。

从那以后，这群销售狗成了该银行全球各个分部中销售业绩最好的一支队伍！即使在证券市场大跌的时候，在整个华尔街的人都四处寻找避难所的时候，他们的销售额仍然在持续上升。在接受培训后的六个月里，所有的销售狗的提成都上升到了六



位数！

你必须了解自己的强项，然后尽情地去发挥。不过，你还必须接受特定的训练，这样你才能从每一种销售狗手里拿到他们各自奉上的宝藏。这就是成为超级混种销售狗的秘诀。

在我所说的训练和培训中，你需要重复不断地学习并操练其他狗与生俱来的本领，不过这些本领对你来说往往太生僻，不符合你平日的风格。在接受训练时，德国牧羊犬也许要按要求在短钢丝上来回行走，直到它学会了如何毫不犹豫地在上边坐、停或站立为止。同样，销售狗也要接受重复训练，这样才能把他们培养成了了不起的猎手，培养成真正的冠军。

68次推销、数小时的促膝对视训练，还有站在屋子前面进行陈述训练，所有这些并不是要提高你的推销能力，让你更擅长目光交流，或教你如何得到更直接的回应，而是要在你的头脑当中开启起一条全新的思路，这些思路能让你获得某些本领，而这些本领正是你现在获取财富所急需的！

让我把这个概念再进一步阐述一下，因为它真的非常重要。训练的设计意图是要激发一种思想意识上的敏感，而这种敏感原本是不存在的——就像那家投资银行的那群比特狗一样，他们根本没有意识到自己忽略了某些东西，而这些东西正是客户竭力寻求的。

有一次，一位女士正在对一群投资商作重要的推销陈述，而我当时受人委托，要给她提出一些反馈意见。她有一双锐利的蓝眼睛，举止非常优雅，穿着既有品位又不失干练。她表现出的是一种不容置疑的真诚，而且她对即将阐述的有关投资机会的知识也了如指掌，另外，她还拥有灿烂的笑容和柔美的嗓音。

可她一开口说话，问题就出来了。她的陈述枯燥无味，而且

她和面前的这群人完全没有沟通。听众都走神了，大家不是昏昏欲睡就是在不停地看表。她所陈述的内容对她的目标听众来说完全没有吸引力。

事后我问她，她自己感觉这次讲话的效果怎么样，她说：“我觉得一切都进行得非常好。”我问她怎么会有这样的感觉，她回答说：“哦，他们什么疑问都没有，我想我做得不错！”

我问她：“如果真是这样的话，那些投资商都到哪儿去了呢？我没看到任何人留下来签名索要更多的信息，或者当场签下支票。”

接着我又提出了另外几个问题，这时，她才慢慢意识到她需要某种帮助。对大部分销售狗来说，自学成才几乎是不可能的。他们站在舞台上的时间太久了，难免被灯光晃得睁不开眼睛。

我可以告诉大家，在过去这 13 年里，我一直在教别人如何进行有说服力的、有效的销售陈述，遗憾的是，上述情景我见得太多了。大部分销售狗都缺乏一种洞察力，他们不了解自己的听众、目标客户和同事对自己的真正看法，也不知道他们会作出怎样的回应。这种现象在销售中可谓“沉默的杀手”。而这些销售狗很可能会去责怪环境、市场和客户，却很少对着镜子仔细看看他们自身存在的问题。

通过训练和教导，销售狗能够有机会得到重要的信息反馈。在我刚才提到的那位女客户的个案中，我们对她进行了必要的演说培训。仅仅经过半天的培训，她在座谈中的陈述效果就有了质的飞跃。

不经过训练，你永远也看不到自己忽视的东西！

混种培训的另一个重要作用就是帮助人们克服某些心理弱点，不再害怕被拒绝，不再害怕遭遇尴尬或被人羞辱。人们之所



以害怕犯错，害怕面对拒绝或尝试新鲜事物，就是因为他们害怕当众蒙羞（在别人面前哑口无言）。对许多人来说，当众蒙羞比死还可怕。（实际上，我最近看到了一份有关心理恐惧的调查结果，在导致恐惧的各因素排行，死亡只排在第三位！）

狗对这些是满不在乎的，因为它们从没有在学校里被人嘲笑过，从没有被爱人伤过心，也很少在众人面前遭受惩罚。而我们在培训中让人们反复操练关键的训练内容，目的就是为愈合过往经历留在人们潜意识中的伤口，消除这些恐惧心理，取而代之的是建立起一种条件反射，而这种反射能让人拥有激情、快乐以及金钱。

大骨头

很多时候，我们盲目地认为自己所取得的成绩都是天生注定的。有时候我们甚至为此而扬扬得意！“我就是要做我自己！”世界上任何一个伟大的企业都在不断地研究并吸取他人的长处，以保持自己的竞争力并持续发展。一只出色的销售狗也应该这样做。千万别让骄傲自大阻挠了我们掌握新技巧的求学之路。

记住：你不一定要成为一只巴吉度猎狗，但是你必须了解巴吉度的本领，培养他对事物的那种敏感度，做一只伟大的销售狗。是的，认识并了解你自己的品种以及全部强项是很重要的。当然，意识到你这一类人天生的弱点并愿意改进自身的弱点也同样重要。不要用你的骄傲对你的行为方式进行辩白或庇护。不要说：“我必须永远坚持我自己的这一套！”

对销售狗来说，如果你抱着这样的心态，那最终你只能唱着悲伤的歌曲，陷入无尽的痛苦之中。



管理狗窝

——销售狗的行动章程

服从性训练

即便是最温顺的一群狗，一旦没人管教和指引，也会很快野性大发，互相吠叫，漫无目的地从一个领地游荡到另一个领地，寻找一点吃的东西来填饱肚子。

销售狗也不例外。要想让他们有所作为，就必须找一个训练员，识别狗的品种，了解他们天生的强项和弱势，把每一只小狗都放在一个恰当的位子上，使他们有可能获得成功。他们的训练员需要知道什么时候应该



放开束缚，让他们自由发挥，但是在销售狗行为离谱时，训练员也必须早有准备，并且能有意识地拉紧手中的拴狗绳。

在销售狗的世界里，凡是了不起的推销员都是各种狗的混合品种。所以，有一点对你来说很重要，这就是要明白，想在销售界做出成绩，不一定非要做一只纯种的比特狗。

本书要打破一个最大的神话，这就是所谓的独一无二的、成功的销售模式。如果你是一名驯狗师，如果你此时正为无法让手下的狗遵循这个模式而沮丧，那么打起精神来；如果你是一名推销员，如果你此时正在挣扎着模仿你的同行，那么同样，打起精神来。所有的狗都会打猎。要想成为一流的销售狗，你完全可以像现在这样，做一只好狗，诚实、热情、富有同情心。要想在这场游戏中胜出，你不必非得做一只凶猛、世俗、咄咄逼人的恶狗，不必狂热地去推销，或是摆出一副冷漠无情的架式。

想取得成功的销售业绩，你不一定非得是一只比特狗。但是你有必要了解你自己属于哪个品种，以及你同窝的其他狗都属于哪个品种，这样你就可以设计出适合自己的行为方式和交流方式。

记住，所有的销售狗都有自己独特的个性，而你的客户和目标客户也不例外。把销售狗的销售本领用在恰当的客户和目标客户身上，把他们派往恰当的领地，这样有助于让他们在一开始就学会如何建立关系。接着他们会继续努力，并从其他品种的销售狗那里学习新的本领。最终，无论在什么情况下，无论在哪儿片领地上，他们几乎都能做到战无不胜。

如果你想培养与客户之间的亲密关系，在最大限度上制造成功的机会，那你就要作出明智的选择。比如，派金毛猎狗去应付温和婉转的目标客户，而如果对方做起事情来雷厉风行，那么派

只比特狗前往则更为明智。你不能派狮子狗去对付一个高科技数据的发烧友——他们不在同一个重量级别上；同样，你也不能派一只巴吉度去取悦一个狮子狗式的目标客户。

要是让狮子狗或比特狗去和政府打交道，他们可能会受到致命的打击；相反，这些需要来来回回应付的、漫长而琐碎的事务对巴吉度或金毛猎狗来说，做起来则是得心应手。

同样，某些特定的产品也需要某些特定品种的销售狗来推销。比如，医药产品的推销就不同于传统的交易模式。它完全是一种公关游戏，长期以来，医药部门总是从和他们比较亲近的人那里购买药品（巴吉度猎狗的领地）。驯狗师必须为每一只销售狗加以指引，帮助他步入恰当的方向，取得他所能取得的最大成功。至于如何教导和发展你手下的队伍是没有任何一个固定模式的。你要提供的训练，尤其是指导必须按照各个品种的性情量身定做。但是别忘了另一个重要的问题，那就是不要太过强调狗的类别了——他们每一个人都是独一无二的，都有自己独特之处。

在管理比特狗的时候，重点是要给他们制造大量的挑战。限额、销售竞赛，还有其他让他们在技巧上和业绩上与其他人一争高下的活动，都能激发他们的斗志，促进他们的个人发展。派给他们一个无比艰巨的任务，或是让他们面对一个风险极大的挑战。“我知道你绝对没办法达到这个数，这完全不可能。不过，让我们看看你到底能做成什么样子。”让他们嗅到一丝气息，或者开始就给他们一点甜头，让他们释放出一些野性。

而这样一种情境如果放在金毛猎狗身上，只会增加他的不安，因为这等于把他置于一个不是你赢就是我输的局面中，而金毛猎狗更喜欢皆大欢喜的局面。他们不喜欢把自己的利益凌驾于他人的利益之上。



不过，如果你稍作调整，再加入一个附加赛，衡量客户满意度，那你就可以利用比特狗的技巧来实现平常只有金毛猎狗才能取得的推销效果。如果你非常擅长激发你手下的销售狗，那你就取得你想要的效果。

你的比特狗不太圆滑，甚至有时候态度有些粗鲁。他们觉得待在衣帽间里比待在高尔夫俱乐部里更自在，而且他们认为销售就是一种争取合同的体育运动。清楚、简明地给他们指出方向，派他们上路。你可以派他们去肮脏的工业园区作推销，他们绝无怨言。你可以让他们去会见某个灰头土脸的工头、卡车司机或任何一个卷起袖子、埋头苦干的人，对此他们绝不会反感。如果你想一片死气沉沉的领地上掀起一些生机，那他们就是你的种子选手。还有，一定要给他们一些时间讲讲他们那些“战斗故事”，讲讲他们曾经如何完成了“那些无法完成的使命”，然后再让他们出击。他们会乐此不疲！

只要他们有事情做，有东西追打，他们就会非常开心。他们宁可追赶自己的尾巴，也不愿耐着性子坐在那里等事情做。不管什么时候，你都应该让这种欲望和精力得到最好的利用。

狮子狗则不同，他们必须不惜一切代价保持自己的最佳形象，而这正是管理他们的关键所在。你要确保让他们知道如何才能保持销售狗当中的“领头狗”地位。给他们一些自由去和那些“正点”的人建立起“正点”的关系，他们会做得相当出色。他们可能会非常喜爱一些小玩意，比如掌中宝、名牌钢笔、珠宝首饰、名师设计的服装和名牌轿车。了解这种嗜好是激励狮子狗奋发向前的秘诀。你需要了解有哪些东西可以驱使你的手下走向成功，而对于狮子狗来说，答案一目了然，因为他们把这些能让自己兴奋起来的東西就穿在身上，放在手边，或招摇过市，让全世

界都能一眼看出他们的喜好！

要让狮子狗迎接挑战，就得告诉他们，眼下有一个机会能让他们真正地出一次名。告诉他们，如果他们能打出一手好牌，就可以招来一大批手下供他们驱使，甚至有可能在业界以及社区当中一夜成名，也许有一天他们还可以就此出一本书呢！狮子狗非常喜欢视野开阔的大办公室，单凭这个，就足以让他们为公司的事业全力以赴、创造奇迹。

只要把他们介绍给尽可能多的人，让人们不断地宣扬他们，他们的热情和能力就会被激发出来。让他们做演说，并且一定要邀请重要人物前来坐镇……他们会感受到压力，但他们最终会发出夺目的光芒！告诉他们，他们展示得越多，他们的力量就会得到越多的认可，而他们的推销工作就会越发轻松。

对于你的金毛猎狗，你要允许他们在现有的客户身上花费一点时间，因为他们非常喜欢揣摩怎样才能让对方开心起来。在驾驭他们的过程中给他们一些空间，让他们在客户身上投入大量时间，通过学习去了解如何提供出色的服务。你要保证给他们一些时间汇报一下你的产品或服务给客户带来了多大的帮助，这会大大地激励你的金毛猎狗。这种狗是你最好的后端销售人员。他们会像个侦探一样四下里闻来闻去，寻找新的方式进一步帮助现有的客户。这种不遗余力的跟踪服务能让金毛猎狗着实小赚一笔，在最初的佣金兑现后，他们还能促成更多的交易，拿到更多的提成。

一旦他们觉得自己能够为顾客做一些非常独特、非常重要的事，就会完全投入其中，对顾客报以赤胆忠心。和你的金毛猎狗在一起的时候，你需要对产品和服务的不足之处非常敏感，并且要抱着负责的态度，因为他们会按照你对客户的心来判断你



的诚信度。你对金毛猎狗的客户一旦作过担保或承诺，就千万不要反悔，否则你会失去他们的信任，而你的销售额也会因此遭受损失。

相反，如果你能对他们的服务需要作出积极的回应，那你的金毛猎狗会相应地对他们推销的产品和服务表现出一种近乎狂热的激情。对一只金毛猎狗来说，服务的使命永无止境。

如果一个销售项目没有经营好，你的比特狗会毅然放弃，心里不会有丝毫的歉疚和自责，而同样的情况会让金毛猎狗感到备受打击。给他们支持，对他们进行培训，让他们对自己有信心，相信自己的知识和职业水准能够为目标客户和老客户提供良好的服务，这样他们就能每次都把肉叼进家门来了。

和吉娃娃在一起的时候，关键是要给他们充足的时间投入到产品分析、工业数据研究或地方市场的调研中去。对吉娃娃来说，最可怕的事情莫过于面对客户的提问而无法作答。在他们看来，知识就是力量，如果你让他们在一场技术决斗中输给了目标客户，那你要作好准备，很可能你将不得不把他们送往狗精神病院了。

对其他狗的驯狗师来说，吉娃娃简直不可理喻，他们真的特别需要了解自己推销的产品或服务的每一个细节。吉娃娃能把一些看似无关紧要、没有用处的信息变为交易中至关重要的武器，若论这种能力，吉娃娃在所有的销售狗中可是首屈一指的。

如果他们对产品或服务有信心，就会表现出超常的执著和顽强精神，就能把自己的论点表述得无可辩驳。有的客户喜欢把竞争各方的特点拿出来进行对比，把这样的客户交给他们来对付。他们会全力以赴地投入战斗，而且绝对不会投降。

吉娃娃做的研究工作能让整个狗窝里的狗都受益匪浅。让吉

娃娃去找出产品或服务的各种细节，发现它们的优势、特点和好处。允许吉娃娃对竞争对手进行彻底地调查，这样他们才会更清楚自己推销的产品或服务究竟有哪些真正独特的地方，有哪些突出的优势。一旦他们找到了答案，他们会简明扼要地把这些知识转授给狗窝里的其他狗。这会让他们感到干劲十足，给他们一种归属感，让他们感到自己在这个群体中的地位举足轻重。

至于巴吉度猎狗，你要花点心思提醒他们，告诉他们一定要为这个大家庭做出榜样，告诉他们整个家庭都要依赖他们，靠他们养家糊口。这样的安排似乎有点残忍，但是有时候巴吉度可能会缺乏天然的动力，需要你很友好地、时不时地在背后推他一把。

你可能每隔一段时间就要推他们到办公室外面走走，因为他们往往会一坐下来就不愿意挪窝了。（犯懒啦！）他们喜欢捧着一杯热咖啡蜷缩在那里，“思考”问题。如果把他们弄到办公室外面，弄到当地的咖啡馆外面，让他们面对面地和目标客户在一起，他们会发挥自己的能力和目标客户建立起非常好的关系。

如果你不了解巴吉度的强项，那照顾他们可能比照顾其他所有的狗都要吃力。让他们接手几个开局很好的生意，让他们明白只要他们坚持去做，一笔生意很快就能到手。要表扬他们的跟踪能力，告诉他们你在最后阶段会随时准备给予他们必要的支持。

他们看上去就像电视剧里播放的那个传奇故事中的私人侦探科伦坡。科伦坡总是不招人喜欢，而且让人有点瞧不起，因为他的样子实在有些邋遢。可是，他总有办法让疑犯麻痹大意，自认为万事大吉，而就在这时他会发起突袭！巴吉度和他简直一模一样！告诉他们，你需要一个能闻到交易气息的人去打开更多的局面，并找出买家。让他们去调查一下，谁在从谁那里买东西，都买些什么。



巴吉度还有一个特长，他们能够在客户表示不满的时候安抚客户的情绪，尤其是在服务失败或出现问题的时候。他们那种一对一的本事和那种深深的诚信感让人叹服。

我认识一只在空运行业工作的巴吉度猎狗，这个人的经历简直就是一部传奇。有一次，他的公司接手了一笔价值 1 500 万美元的药品配送业务。这种对时间要求很严格的商品必须在一个非常具体的时间里被运送到全国各地，有时候送达的地点非常偏僻。结果，他所在的公司出现了一系列可怕的失误，几乎所有产品都没能及时送到目的地，有的坏掉了，有的没有正确归档。在这种情况下，这只巴吉度猎狗被公司派到客户那里，而客户当时不仅已经准备好要把整个业务都交给另一家空运公司，而且正准备以货物损坏为由拒绝付款。这只巴吉度和客户进行了几次交谈，而交谈的结果是，他不仅挽回了这笔生意，而且还从这个客户手中又拿到了一笔 750 万美元的订单。这样的局势绝对需要巴吉度那种真诚和谦卑，才能处理得如此完美。

不过，有的巴吉度对狮子狗既羡慕又妒，很容易因此陷入痛苦之中。重要的是要让他们确信，他们广交天下朋友并总能赢得信任，这些天生的本事让他们绝对不会输于任何一种狗。时不时地安抚一下，给他们一点甜头，能让他们在很长一段时期里鼓足干劲来。

给他们一些额外的时间去和他们的目标客户共度美好时光，让他们尽情发挥自己独一无二的本事，这样，他们就能拿下在其他狗看来几乎是无法拿下的订单。

在所有的销售狗培训中，关键是要记住，对一种狗有效的做法往往对另一种狗不起作用。不同的东西会激发不同的狗，出色的销售狗驯狗师对此深有领悟，他们会为各种狗量身制定出独特

的培养方式。

比特狗和狮子狗喜欢当冠军，他们会不惜一切代价实现这个目标，而对天性和善的巴吉度猎狗或吉娃娃来说，这些都是次要的。金毛猎狗的需要很简单，就是知道有人爱着他！

看看你窝里的狗属于哪些品种！

戴安娜是一个收入上百万的销售高手，她曾经说过这样一番精辟的话：

许多销售都是建立在人际关系的基础上的。在最初的销售过程中，服务是建立信誉的关键一步（此时客户是在对你进行评判），而且这对保持住客户至关重要。服务的关键在于，你要持续不断地去发现客户的需求——这对你来说是继续和客户做生意、继续推销，并让老客户为你推荐新客户的一个机会。服务就是销售！你手下可能有某些销售狗在销售上总能胜人一筹，可在服务上就比较逊色了。所以，你和你所在的机构必须明白你自己属于哪一种狗，而且如果有必要的话，还要让其他的狗也参与进来，共同为客户提供持续性的服务。而另一方面，如果你只注重高质量的客户服务，那你也得不到更多的订单，你必须不断地推销、推销、再推销。

戴安娜是个地地道道的穿着金毛猎狗外衣的比特狗！

豢养训练

任何一种狗的性情和行为大多是由其成长过程决定的。我曾目睹本性凶猛的德国罗特韦尔犬被驯养成了世界上最温柔的动



物，而只有手掌那么大的小猎犬却能把你的整个胳膊都咬下来！要想让你窝里的销售狗个个都训练有素、遵纪守法，你必须对他们所有人都进行豢养训练，关爱他们，尊重他们。否则你要花费大量的时间，拿着笼套，带着塑料手套，跟在他们屁股后面收拾残局，甚至还要抽身去救邻居小孩的性命！

所有的狗都需要爱抚和赞扬，只有这样，它们才能在成长过程中培养出良好的性情。销售狗同样需要这种积极的爱抚。推销员是一群比较简单的动物，就像金毛猎狗想让人轻轻抚摩它的耳后一样，销售狗活着也是为了得到表扬，为了让自己得到安抚。有的销售狗甚至愿意放弃经济上的奖励来换取一丝名气和一声赞扬，他们活着就是为了要成为传奇人物。

我从不主张在狗惹了麻烦的时候去讽刺或批评他，不鼓励使用这种方法让他们学会该怎么去做。不过，许多经理人都习惯采用这种方式对待他们的销售狗，但他们很难收到预期的销售成果。如果使用更积极的方式，那么效果可能会更好一些。对任何一只狗进行豢养训练时，你都要记住，在他没有闯祸的时候，把他淹没在赞美之中，而在他闯了祸的时候，要立即纠正他的错误。

对待销售狗也要这样。当他们终于做了你要他们去做的事情时，你一定要让他们沐浴在认可和赞美之中，而且要具体说明他们究竟做对了什么。“你上个礼拜干得真不错”，这样的话太模糊，而且也缺乏可信度。还有，不管是表扬还是纠正错误，都要及时。“今天在客户对价格提出异议的时候，你的表现非常好——你肯定听得非常认真，不然绝不会马上作出反应——干得好。”这样的表扬再次强调了得到认可的技巧，而且还让他们觉得自己很有面子，因为你对他很关注。

大多数狗对你的认同会有良好的反应，而经常挨打受骂的狗最终要么自暴自弃，要么战战兢兢。这两种表现都不利于推销。作为驯狗师，最糟糕的行为莫过于忽视狗的一举一动，因为这会使他们变成懒惰、不守规矩、没有用的狗。

我有一个客户经营着两百多家零售加盟店。在为这个客户提供培训服务的过程中，我们让商店经理们对每个销售人员做出的成绩都给予积极的赞扬和认可，结果我们发现，仅仅用了一年的时间，这些店的人均销售额就增加了好几个百分点。激发销售狗天生爱赢的欲望并不需要花费太多的心思。只要对他们说：“真是只好狗！”然后时不时在他们的耳朵后轻轻抚摩一下，或者摸摸他们的肚子就行了！

要想在狗窝中起建立一种共同的信念和认识，就必须有一套所有的狗都认可的荣誉称号、行为称号或者“家规”。

基本家规

1. **不要在家中大小便。**如果你到处拉撒，你就有责任收拾干净，不管当时是什么情况。不要把你的麻烦推在别人身上，或者把它随意堆在它不该出现的地方。
2. **不要进行不必要的或无休止的吠叫、抱怨、愠怒或哀鸣。**不要对他人指指点点，不要进行人身攻击或牢骚满腹。要负责任。如果有什么问题，直接去找相关人士当面解决，不要在别人的背后做手脚。
3. **随叫随到。**对你行为的结果负责。
4. **不要撕咬或抓挠家具。**不要——永远不要苛刻地批评团队里的其他成员。尤其不要在目标客户或客户的公司面前做



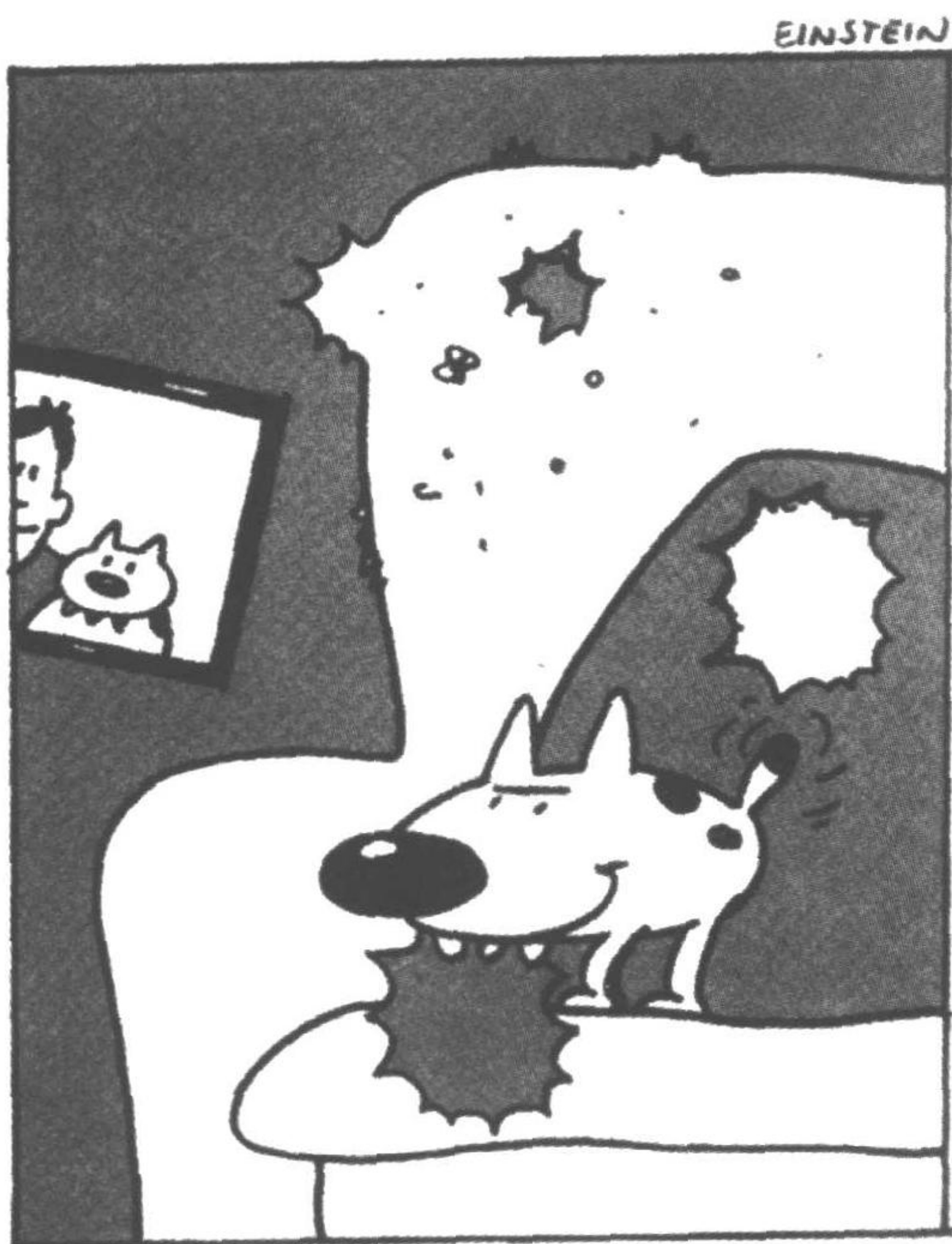
出这样的举动。

5. **不要靠在家具上。**永远不要以不正当的方式利用他人的帮助或职位之便，不管对方是你的同僚，还是你的目标客户或现有客户。
6. **不要在晚餐桌上乞食。**不要在自己成绩不好时寻求同情，不要指望他人或期盼施舍。自己的饭票要自己去挣。
7. **不要从桌上、从台面上或从冰箱里偷东西吃。**（我弟弟的狗真的能自己打开冰箱拿东西吃！）要诚实，不管什么事情都要坚持诚信。在任何情况下都要行为坦荡。
8. **不要四处乱走。**尊重每个人的领地，彼此之间经常沟通，了解可能出现的冲突或利益交迭。将注意力集中在手头的任务上，不要进行利益纷争。
9. **不要跳到人身上。**清楚职业化的通用标准，要一致同意永远保持这种职业形象。
10. **为所有的胜利喝彩。**即使是小小的胜利也要喝彩，不管是你自己的胜利还是他人取得的胜利。

这些只是管束你手下这群狗所需要遵循的一部分规则，它们能使你手下的狗从一群各自为政的乌合之众变为一支战无不胜的销售狗团队。在面对巨大压力的时候，一般的狗会各自逃命，而你的销售狗会团结起来，战胜困难。

新狗训练

让你初出茅庐的小狗热情迸发、飞奔起来绝对是一门艺术。
销售狗如果在年轻的时候没有得到正确的指引，长大了就会留下



无穷的后患。如果一只小狗跳到你身上，你会觉得它很甜、很乖巧可爱，充满了蓬勃的青春气息。但是，如果你躺倒在地，看着一只重达120磅、淌着口水的大狗坐在你的胸前，你会突然觉得这一幕再也不可爱，更别提有多痛苦了！

遗憾的是，我还真遇到过几个这样的推销员。在一只销售

狗刚刚入行时，向他们灌输正确的行为方式相对还比较容易，而等他们习惯了以后，再要纠正就难了。是的，老狗也能够学习新事物，但是原有的习惯却很难抛弃。

大多数新狗不会立即驯服或是一夜之间就闹翻天，但是通过正确的训练，你完全可以让他们在举手投足之间表现出冠军的潜质。

其过程非常简单，如下所述。

起初给你新来的销售小狗派发一些简单的小任务，让他们早一些尝到获胜的滋味。不要一开始就让他们去推销。让他们去读六篇和产品有关的文章，然后把他们从中学到的东西汇报给全组成员。让他们读三份年度报告，然后做三次演说。让他们去参观



十个操作系统，然后让他们把自己学到的东西和销售组的人分享一下。让他们花上几天的时间去观察，并义务为你最好的客户提供某些服务。

让他们熟悉他们即将从事的这个行业。如果你推销的是房地产，那就让他们和建筑商、承包商以及贷款方在一起待上一段时间。如果你们是推销保险的，让他们去图书馆研究一下近五年的保险业发展史。找出过去一年的《华尔街邮报》，浏览第一版上所有和保险有关的大标题。

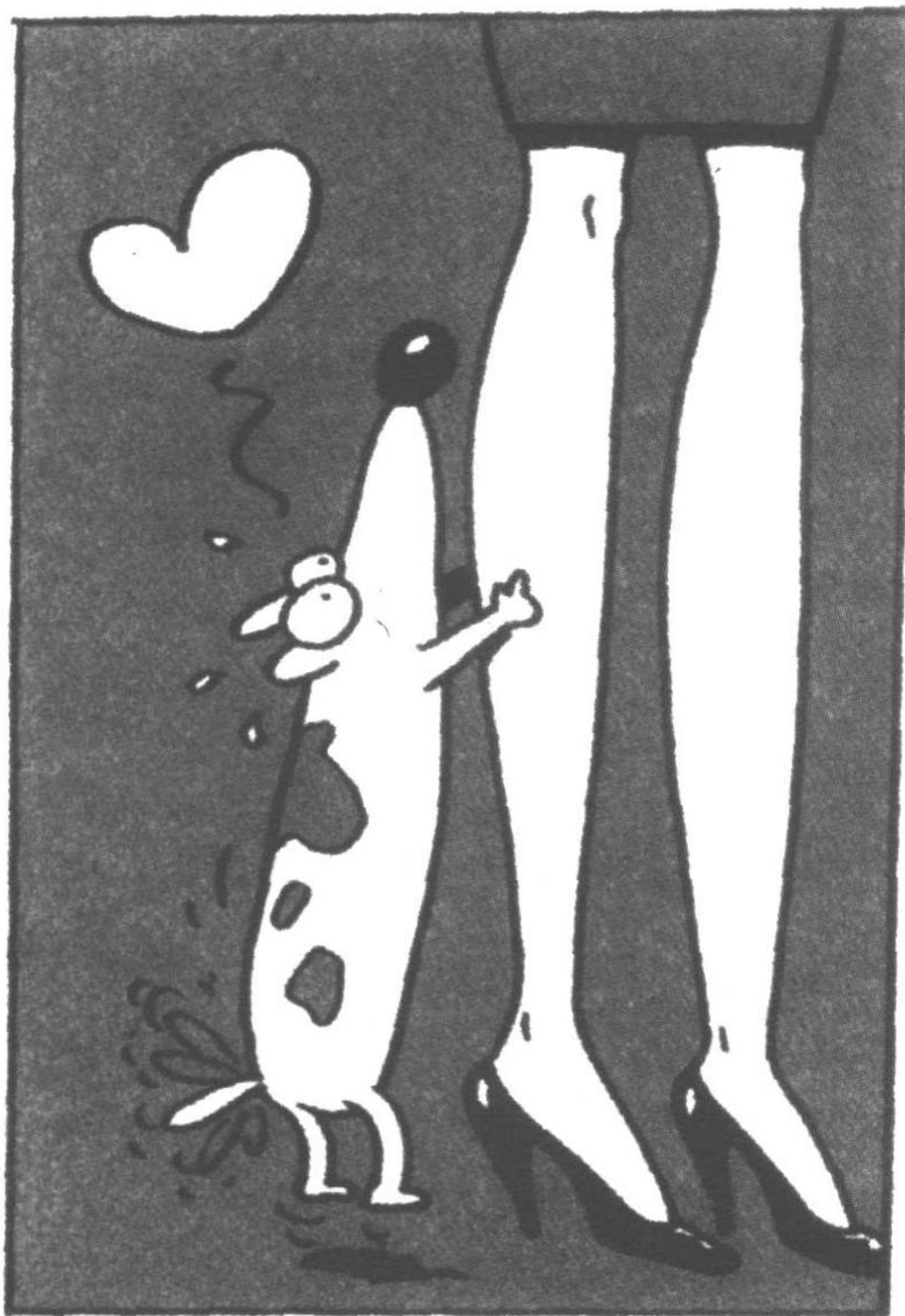
很多年前，我碰到了我最大的目标客户之一，这个客户从事的是食品批发行业。我对食品批发行业一窍不通，所以我决定了解第一手的信息。我用了一个星期的时间在仓库里扫地板、卸货，我对这个行业了解的东西比我从企业杂志或公司概况中所能看到的东西要多得多。后来，我有幸得到了那一年度该地区最大的一笔销售订单。

让他们去打电话。让他们通过电话调查了解顾客的需要。让他们在采取行动之前至少打出 25 个电话。

给他们扔几根骨头。在他们成功地完成一项任务后，立即给予认可并鼓掌祝贺，或是满怀赞许地拍拍他们的脑袋。这会给他们动力，让他们继续努力，向成功的方向前进。

给你的小狗一点时间，让他们慢慢长大。大多数经理人会把小狗扔到野外，任凭其中一些死去，而看着另一些靠自己的力量挣扎着活下来。这不仅是对时间和金钱的浪费，而且是对个人意志的不必要的折磨。大部分狗都会打猎，但是他们需要一个有耐心的驯狗师。记住，只给他们派发低风险的小任务！

然后，当你的销售狗开始成熟起来，开始拨打真正的即兴推销电话时，他们就不会把挫折完全看成是个人的失败。他们将具



©EINSTEIN

备一种意识，这种意识将带着他们穿越暴风骤雨。动力是你的整个销售团队取得成功的关键所在。指导他们，表扬他们，自始至终对他们负责。

你总是一眼就能看得出来，一个小狗是否已经在很好的家庭中长大了。当你的销售狗准备好到外面的真实世界里去闯荡的时候，他们该如何去做呢？你要及早地教他们，对他们要有耐心，要尊重他们，而这样做的回报是

不可限量的——无论对你、对小狗而言，都是如此。

建设一支高效的销售狗团队

好了，你现在已经识别出手下的狗都属于什么品种了，你拥有了一批老狗，你也正在训练你的新狗，你完全认识了狗窝里的狗，知道了哪个是哪个。那么接下来呢？

在你的理想中，你希望这一群狗能在一起玩耍和学习，充满了欢乐和友爱，行为性情也都符合规矩，而现实中，许多经理人



发现，他们的销售狗在表现上达不到自己的期望值，因此感到很沮丧。通常这都是他们从小养成的坏习惯造成的不良后果，抑或是因为经理人没有把自己的期望表达清楚。

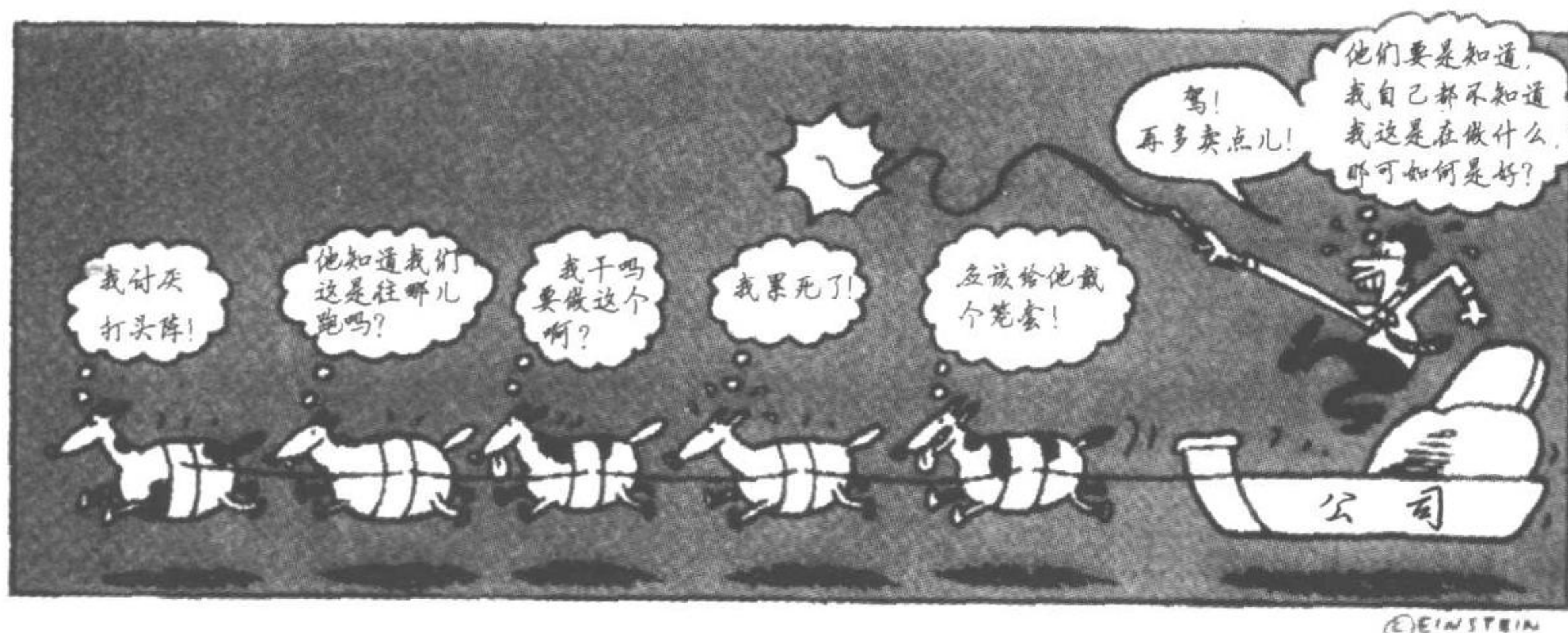
许多经理人都犯了这样的错误，他们忽视了建立优秀销售团队的必要性，忽视了团队蕴涵的潜力，因为打造一支出色的销售团队需要付出大量的劳动和额外的耐心。有的经理人把销售狗扔到一边，让他们自生自灭，结果只能是适者生存。也就是说，坚持到最后的未必是最出色的，因为这样的环境对某些品种的狗会造成致命的打击。结果，狗窝里的平衡将被打破，信任和团队合作将被贪婪和暗算中伤所取代。

我曾经目睹一些经理人采用分而治之的手段，让所有的推销员都不得不面对彼此之间的直接竞争。竞争是好事，但是破坏性的竞争就没有一点好处了。因为，虽然这种手段在短期内可以制造出许多内部动力，甚至会提高销售额，但是它会制造太多的冲突，有时候会导致整个局面失控。最终，它将对整个团队的形象、效率和业绩造成破坏性的影响。据我观察，凡是遵循这种模式的销售团队到头来都像一群饥饿的疯狗一样，互相之间小偷小摸，为鸡毛蒜皮的小事争吵不休，对群体中最弱的狗进行无情地攻击。他们宁可包围并吞噬一些小动物（小订单），然后为了一点残羹剩饭你争我斗，也不愿意团结起来共同猎捕一头可以让它们好几个星期都不愁吃穿的大公牛。

相反，让我们来看看那些狗拉雪橇中的冠军狗团队。这样的销售团队能经受得住任何考验，能战胜数不清的困难，还能在遭遇严寒或其他不利局面时相互关照。在过去的 12 年里，我们帮助许多组织机构打造了这样的冠军团队，在这样的团队中，每一个成员都是一颗超级明星，而整个团队的业绩也非常出色，并非是

各个成员业绩的简单相加。

几年前，我的一个客户遇到了难以承受的压力，他们的道德和业务水平都遭到了质疑。而在此之前，我和他们的一个销售团队一起工作了近一年。在这个过程中，该团队建立了一套非常严格的荣誉规范，并且经过很多的磨炼后，团队成员都认识到他们之间真的可以彼此信任。起初，在种种负面的压力下，公司里会有许多议论，说大家该跳槽、各奔前程了，而这个团队却始终紧密地团结在一起，在他们所负责的国家 and 地区内取得了破纪录的销售业绩。他们把那种压力看成是一次动员令，而不是四散奔逃的理由。



狗拉雪橇中的狗群团结一致，在困境面前保持忠诚；同样，一个训练有素的销售狗团队也会坚守自己的原则，永远不会在队友需要的时候弃他而去。在所有的销售行为中，最了不起的业绩总是由那些了不起的团队共同创造的。

虽然经理人可能是毋庸置疑的领导者，但是你永远也不要依靠铁腕政策来统领你的队伍，除非你能够同时也表现出温情友好的一面。没有一个伟大的教练会永远以独裁者自居。如果雷厉风行就是你的风格，那你同时也必须学会表现出温和的一面，让你的狗知道你确实和他们站在同一个立场上。销售团队中的每一个



队员都有权在发现不当行为时予以举报，或在恰当的时候对好的行为大加赞赏。事实上，我所见到的最好的销售经理都能够把手中的绳子放松，让自己的狗可以放开来奔跑，但他们同时也能把绳子拉紧，让他们避免冲撞。

如果你想激发一窝狗或是一群狗，那不妨来看看我在下面列出的这些条款，它们可以适用于任何一种团队。我们的现场培训课程以及系列录音资料都对这些条款进行了更深入、更细致的讲解。

激发高效销售狗团队的行为准则（我称之为“条款”）

1. 为所有的胜利喝彩！对所有参与和所有出色完成任务的行为给予积极的认可。
2. 建立规矩（家规），对违规行为果断叫“停”。
3. 经常并及早地听取有关所有战果及“学习经历”的汇报。
4. 利用伙伴间的压力来激励整个群体。
5. 不要试图教猪唱歌！（详见下文。）
6. 使用大众化的语言，比如“学习经历”和“战果汇报”，不要开口就是那种拗口的公司行话。
7. 为跃跃欲试的人加油。如果你的狗当中有一只在那里不停地打转，给它加油，直到它转出去为止。
8. 设定一些短期的、能够轻松完成的任务。大多数狗对未来都没有什么概念。他们几乎考虑不到晚饭后的事情。
9. 经常让你的狗练习在压力、对抗和挑战的锤炼中站立，直到他们习惯了这一切为止。确保让所有的情绪都浮出表面。销售狗应对异议（拒绝）的体系能系统地使销售狗克服障碍，成功地处理情绪问题。

10. 更多地照管情绪上的需求，而不是有形的需求。
11. 想办法让他们觉得自己是在为一个更高的目标作贡献。
狗热爱提供服务。
12. 确立并维护那些有助于打造团队精神、家庭合作及同志关系的礼仪性的行为、活动和惯例。
13. 坚持在团队中寻找冠军人物和同盟者，利用他们领导团队。
14. 坚持寻找并推举英雄人物。
15. 当团队在精神上或情绪上陷入困境时，想办法改变一下环境、气氛、日常安排或所在的地点。狗在椅子上躺得太久就会昏昏欲睡。
16. 持续不断地把工作重点放在对精力和情绪的管理上。
17. 把他们的问题扔回去，让他们自己解决。把肉扔回到狼群中去。
18. 使用轮盘赌式的领导技巧。谁在眼下有点子或妙招，谁就是此时团队中的精神领袖。
19. 在关系到游戏规则或家规的维护时，你要表现出强硬的一面，但是别忘了要一直表现得温和（支持鼓励），以便保持均衡的形象。
20. 知道何时协助他人，何时自己勇夺冠军，以及何时毫不犹豫地將一切把握在自己手中。
21. 当你感觉到某些事情还在酝酿之中，或感觉到有一种想法尚未浮出水面，不妨实事求是地畅所欲言……把你看到的或感觉到的告诉大家。（尽管你可能出错！）
22. 做一个学生，学人，学心理，学管理，学变化，还要学狗！



10



顽强的信念

——冠军销售狗的四种思维方式

人类认为自己的大脑有着高级而复杂的构造。我们的大脑有脑皮层，有脑边缘系统，有脑干，应有尽有！这样一个巨大的脑可以让你处理税务、记住自己的纪念日或是阅读手边的这本书。可是，在销售上，有时候太老练的大脑反而会成为一种障碍。

而狗是一种非常简单的动物，脑子也比人脑小得多。通常它们对周围发生的一切事情都会作出积极的反应，因为它们不会过多地去分析，不会过多地将其理论化，也不会对自己进行过多的自我批评。它们只是为了眼前的一切而活着。它们对痛苦、快乐、爱与尊重看得很简单，回应也很直接。

金毛猎狗在追逐飞盘的时候，脑子里只有一个念头，那就是成功。它可不会对自己从前的失败经历耿耿于怀，想着自己曾经没接到飞盘。它也不会彻夜难眠，担心自己明天是否能接住飞盘。它只知道，现在要不管三七二十一地把飞盘抓住！

如果换成是一个人，可能来到公园的那一刻就是他感到压力最大的一刻，他会担心如果自己没抓到飞盘，别人会怎么想；他

还会琢磨如果自己没抓到，会让谁感到失望，他甚至可能已经开始为自己的失败寻找借口了！人脑有一种神奇的天赋，它能把毫不相关的事情硬是联系在一起，构造出荒诞的、出神入化的信念或是各种迷信想法。

有时候只要出现了不寻常的情况，我们就会得出复杂的结论——有好的，也有不好的。比如，你打了一个促销电话，结果非常糟糕，你的介绍一塌糊涂，而对方也很粗暴。

由于我们的大脑基本上是一部寻求快乐、躲避痛苦的器官，它会四处搜索，为这类事件的发生找出一个独特的缘由来。于是你产生了某种荒诞的联想，比如“我今天用了新洗发水”，你后来又碰巧经历了一件痛苦的事情（不管是什么事情），而且你那天早上又使用了同一种洗发水，你会突然坚信，一切不愉快的经历都和那种洗发水之间存在一定的联系——你很可能会突然“抛弃”那种洗发水。这是一个很简单的例子，但是它说明了一个问题，就是我们经常会在完全不相关的东西或事件之间寻找某种关联，然后给它罩上一件“不吉利”的外衣，而外衣下面可能是你一天刚开始时做过的事情，也可能是你和老板之间的最后一次谈话。

你的决策是否英明，决定了你的成绩是否突出。如果你的决策是建立在一种错误理念的基础上，那么其结果必定会出现偏差。

所以你要记住，下一次你若是碰壁了，或是被派去完成一项艰巨的任务，或是不得不面对一件可怕的事情，在那一刻要就事论事。把它当成是抓飞盘——像狗那样！

你有没有注意到，有的人似乎很神通？好像不管做什么，他们总是能获得成功。在 20 多年的个人发展研究中，我一直在思索

个中原因。现在我相信，这一切就是因为他们下意识的思维方式和狗非常相像。

狗都有四种基本的思维准则，这四种思维方式一旦合为一体，就能使生活各方面的情况发生翻天覆地的变化。有了这些思维准则，你也能变得很神通。

怎么样，感兴趣吗？

首先，第一个问题、也是最关键的一个问题是：“你愿意真正像狗那样思考问题吗？”如果你的自我意识可以接受这一点，那么我敢肯定，你的银行账户会乐不可支，因为某些狗之所以能打猎，就是因为具备这些思维方式。销售也是同样道理，而一些人却因为缺少这样的思维方式，永远也不会打猎、不会推销。

这些思维方式都和你的心态有关，以下是你如何看待每个人每天都会遇到的四种关键局面。

1. 遭遇挑战或逆境：面对挑战。
2. 对不愉快的经历作出回应：抑制负面评价。
3. 对一次成功的努力作出回应：为所有的胜利喝彩。
4. 面对自己以及所在团队的其他成员：发挥个人的意志力。

要想成功处理上述四个局面，你就要遵循一套公式，而这个公式只要花几分钟的时间就能学会，花几秒钟的时间就能运用起来，而且肯定会给你生活中的各个方面带来积极的影响，而你可以尽情去享受更多成功的推销经历，享受更多的金钱、更多的健康，享受内心的宁静与幸福。这个公式已经得到了充分的验证，我在 15 年中曾经利用这个公式帮助了很多组织机构，培养出了身价高达上百万美元的销售狗，打造出了冠军销售狗团队，训练出了高效的成员以及非常有灵感的领导人物，并通过所有这些赚取



了成千上万的美金。

经证实，采用这些思维方式能使销售额增长 30% ~ 80%，甚至还可以利用这些思维方式对未来的情况进行预测并施加影响。

面对挑战

迎接挑战或面对逆境难免让人心生畏惧，而且往往会让人感到非常焦虑、不堪重负。大多数表现突出的狗都接受过训练和培训，因此都能够接受非常具有挑战性的任务。至于动力，则完全来自于他们个人的记忆库，以往的经历告诉他们，只要能成功完成任务，那么随之而来的就是回报。他们并不记得曾经的失败，除非这些经历曾给他们带来过惩罚或痛苦。

金毛猎狗很可能不会让失败的阴影侵占自己的头脑。你只要看到她那种纯粹的兴奋与激动的表情，就能明白她正全心期待着成功——她认为自己肯定能追到那根本棍。她看到的没有别的，只有不远处等待自己的爱抚、款待或拥抱。她用过去曾经取得的成功支撑自己，任由那些失败的经历从记忆中散失。在她过去的经历中，有一系列成功的回忆可以被调动起来，给她力量去面对现在，并给她勇气去迎接将来。

篮球界的传奇人物迈克尔·乔丹总是在比赛终场结束前控球，他曾经谈过自己是如何处理这样的压力的，他说：“我不会想太多，不会把它看得太重。”

相反，他会想起 1982 年 NCAA 全国冠军总决赛的最后几秒钟发生的那戏剧性的一幕，当时他从底线起身投篮，为北卡罗莱纳赢得了冠军。他说当自己面临重大挑战的时候，眼前就会重现出 1982 年的那一刻，他会对自己说：“没什么，我以前也经历过这

样的场面。”于是他便镇定下来，等待有利的时机出现。（摘自《神圣的篮筐》，费尔·杰克逊著。）

即使你从未在同样的情况下取得过成功，你也可以从以往的经历中找出类似的情况，这样你就可以从过去的经历中获取信心和力量，帮助自己度过眼前的难关。



摘 要

眼下的情况会令你出现很大的情绪波动，而这会导致你思维迟钝，结果甚至会让你才思枯竭。此时，你要从过去的经历中汲取力量。你必须学会重温以往的成功经历，为你眼下的利益服务。

抑制负面评价

你要遵循的最直观的一个原则就是，要学会如何抑制逆境中产生的负面心理评价。

你见过哪只狗曾为自己在其他狗面前没能接住飞盘而伤心失落吗？你见过哪只狗在尝试了一次之后就轻易放弃吗？你见过哪只狗气哼哼地坐在角落里，责怪自己没有接住网球，骂自己是个蠢货了吗？说到这里，顺便问一下，你见过狗捉猫的情景吗？他们捉猫捉了上千年了，我怀疑是否有一只狗曾真的捉到过一只猫。可他们是怎么做的呢？是躺在地上，用爪子抱着自己的头，哭喊着自己的生活没有指望了呢，还是不顾一切地去追赶另一只猫？

逆境是生活的一部分。碰壁是生活中尝试与反馈过程的一部分，是再自然不过的了。你要被汤烫过好几次舌头之后，才能确





定汤在什么温度下喝着最舒服。这就是尝试！你不会因为被烫了一次舌头，就一辈子不再喝汤，或是只喝冷汤了。

狗总是保持着旺盛的精力，总是不停地碰壁，直到它们得到了自己想要的结果。它们不需要什么公式，因为这是它们的天性。

而销售狗却需要这样一个获胜的公式，以避免他们的头脑突然崩溃。下面的几个要点就是关于如何控制你的头脑，如何把你的注意力集中在成功地完成销售任务这一点上。

首先，和许多传统的新时代个人发展计划不同的是，我们所强调的关键点是学会把事件客观化，换言之就是，把问题的根源归咎于你完全无法控制的客观环境，把责任从自己的身上推掉。

比如，你不妨这样想：

- 目标客户今天心情不好。
- 时候选的不好。
- 都是那人今天的头发在作怪。
- 都怪信息不灵通。
- 这完全是别人自身的问题造成的。

基本上，让自己的内心保持清静，扫除那些毒害心情的垃圾想法，这一点是很重要的。你不能因为一时的不顺利，就对自己

人生某个方面——比如你的生意或销售套路——全部失去信心。一个目标客户在电话里拒绝了你的推销，并不意味着你整个这个星期就都不顺利，也不等于你的销售套路存在根本性问题，或者说你本来就不适合做个推销员。同样，它也并不等于你的财务情况就永远没指望了。只有人类的大脑才能制造出这些疯狂的想法。一只狗连做梦都不会有这种疯狂的、毫无根据的联想。

你有责任心，并不意味着你要把每一件糟糕的事情都往自己的身上揽！

你要是觉得所有不利的事情都是你自己一手造成的，那你将对自己造成极大的伤害。不过，这并不是说你不应该从自己犯下的错误中吸取教训，而只是说你不要让自己的错误彻底摧毁自己的健康心态。在每一个了不起的推销员、运动员、教练员、团队和投资者的身上，你都能看到这种处理逆境的能力。

你要负责的是你如何应对逆境，你下一步采取什么行动，或者你如何分析发生的一切……而不一定是造成这种情况的原因何在。

甚至于你的结论或分析是否正确也并不重要！你的思维不会因此而发生变化。如果你判断一切都是你造成的，那你的精神就会颓丧下去了；如果你把事情看得客观一些，那你就会精力旺盛起来。记住，销售纯粹是一种精力型的商务活动，所以，只要你能保持精力旺盛，你就能恢复得更快，推销出去的东西也就会更多。

其次，告诉自己遭到拒绝只是一次单一的具体情况，不要让你的脑子认为这次拒绝会产生任何长期的影响，或存在任何更大范围内的重要性。就事论事——一切不过是：一个特定的人对你在这个特定时间里向他推销的一种特定的产品或服务没有特定的



需求。

下面就是应对逆境的公式。

切记！

1. 首先，问题出现了。它必须是现实中发生的事情，比如你把大衣放在机场，上了飞机才意识到自己把它落下了！或者一个目标客户告诉你，说他再也不需要你的产品了。
2. 你一发现出了问题，马上就会产生某种情绪，这情绪就像一记警钟，告诉你要小心接下来即将发生的情况。
3. 你的脑子里开始犯嘀咕了。
4. 脑子一开始犯嘀咕，你就必须赶快跳出来，问自己：“我这是在对自己说些什么呢？”这个问题能强迫你的脑子来回答，这样你就能跳出来，客观地观察自己的心理活动。
5. 你必须首先识别自己真实的情绪——愤怒、沮丧、失望等。问一问：“我现在感觉到了什么？”一旦你明确了自己当下的情绪，就把它大声地说出来。“啊哈——是沮丧！”你可以这样喊出来，也可以小声说出来，这要看你当时在什么地方，以及你自己当时的感觉！来点轻松幽默的……比如，用克鲁索检察官的那种口气把它说出来！
6. 通常不出十秒钟，你就会发现自己开始使用一些泛泛的词来描述这一切，比如“总是”、“永远也别”、“每次”、“所有”或者“每一个”。比方说，“这种事情总是发生在我头上”，或者“我永远也别想得到它”。
7. 在你发现自己开始用这种词汇的时候，你应该让自己停下来，克制住自己，笑一笑说：“你看看！”发现自己的这些用语等于是掌握了 95% 的胜算，能帮助自己尽快恢复状

态。微笑可以缓解压力，振奋自己的情绪。

8. 接下来，你必须对这些泛指的话语进行纠正，取而代之，用一些具体的表达方式，如“这一次”、“只是偶然”、“眼下看来”或“在这种情况下不起作用”。
9. 然后，你要找出内心的暗示。“我”、“是我”、“我的错”、“我怎么搞的”、“怎么会是我”，等等。
10. 再次对自己微笑着说：“你看看！”然后想办法把责任合情合理地归于，或者干脆推给客观逻辑原因。这样做起来会很有趣，很幽默！“那家伙今天心情不怎么样！”“戴着那么个假发，难怪他今天不顺！”“这次算我的对手走运——嘿，我们大家都有机会啦！”
11. 接下来，迅速制造一堆事实证据来支持你刚才对自己所下的结论。“我把衣服放在机场某个地方时，都累得半死了，整整旅行了 24 个小时，我太疲劳了。”或者：“那家伙每次和我说话时的感觉还都挺不错的，就是今天有点古怪。”
12. 最重要的一步——这样问问你自己：“我现在真正想要的感觉是什么？”（乐观、开心、兴奋、坚强、自信等。）这样问自己，然后努力在现实中让自己的内心滋生出这样的感觉。如果不行的话，就回想一下能让你的脸上露出笑容的某个经历、某种联想或是某段趣事。一旦成功了，就尽你所能把这种感觉保持得越久越好。（几秒钟、几分钟、几小时？）这会把你全部的情绪重新调动起来。这一步很神奇。别问我为什么这个方法能奏效，只管去做！我对自己说：“我原本真的希望自己现在开开心心的。”我联想到这样一个情景，儿子本杰



明在足球场上射入了他第一个进球，他的快乐瞬间迸发，两只小拳头高高地举过头顶。我的脸上露出了一丝笑容。我让这微笑保持了几秒钟的时间，期待着我的下一步行动，于是一切都过去了。

13. 在这以后，你应该告诉自己，要期待着不久的将来必有喜事降临。于是喜事就真的来了！电话铃响起，机场保安人员会告诉你，他们找到了你的衣服，或者你会接到一个很久没有联系的老客户打来的电话，说是想见见你。

这一切最多不过一分钟的时间！



©EINSTEIN

总而言之，如果有什么不愉快的事情发生了，你必须知道该如何走进自己的内心，去聆听内心的真实想法，如何把你脑袋里的那些“小嘀咕”抑制住，用一种精神胜利法和自己展开对话。这种技巧对在任何一种水平上的商业销售都能起到至关重要的影响。关键要拥有对待生活的必胜心态！要去享受逆境。

为所有的胜利喝彩

在胜利的曙光出现在眼前时，或者在你发现任何好的势头时，你要对成功作出反应，而这种反应是一个两步走的重要过程。首先，你必须为胜利者喝彩！铆定胜利者，用一些我们再熟悉不过的肢体语言，如击掌、握手、握拳或大喊一声“耶~！”来为他喝彩。作为一只销售狗，我建议，当你自己就是那个胜利者的时候，你至少要拍一下自己的脑袋，或是在月光下大吼一声，以示对自己的嘉奖。

这些方法能把这一刻深深地印在你的脑海里、你的心灵深处和你的身体里，将赋予你无穷的力量。铭记这一刻将为你完成下一个任务积攒动力。多年以来，我目睹了许多个人和团体发生的显著转变，目睹了许多任务在执行过程中出现了良好的转机，而这一切都归功于持续的认可和对胜利的不断喝彩。

如果你曾经观看过电视上的体育赛事，或者亲身参加过体育比赛，那你就会明白并且承认，喝彩是赛事中不可或缺的一部分。每次当一个球员射门得分时，当他向前突破了几码时，当他作出了精彩表现时，当他击球成功或接球成功时，大家都会在他背上拍一巴掌，或者在他脑袋上撞一下（不建议采取这种方式），或者以其他什么方式对他的贡献表示认可。在 NBA 比赛中，若不是大家时时击掌鼓励，没有哪个球员能投篮得分。同样，也正是为了得到这样的认可，他们才全力以赴地争取打出好成绩。在所有技巧中，这个招术可能是最有威力的，但也是成年人最少采用的，因为成年人会为此感到尴尬，觉得这种行为太孩子气，或者太没水准了。





几年前，我曾经和一家海外的旅店合作。这是一家很好的公司，员工有好几百名。我和各个部门的主管人员合作，教他们养成一种为胜利喝彩的习惯——不仅仅为他们自己取得的胜利而喝彩，还要为他们手下员工取得的胜利而喝彩。这可不是一件容易的事情，因为在许多亚洲地区，这样的喝彩和当地的文化传统有点格格不入。但是经过几个月的培训后，这种新的习惯终于在那里扎下了根。

整个员工群体逐渐克服了他们固有的含蓄的表达习惯，同

时，旅店也渐渐地、清楚地看到了这种变化带来的成效。整个公司机构变成了一台造钱的销售机器。他们拧成一股绳，汇聚在一起的精力空前旺盛，在最近一次的亚洲经济衰退中，该地区大部分旅店的人住率都徘徊在 40% ~ 50% 之间，而他们的人住率高达 90% 以上。他们齐心协力，坚信旅店中的每一个人都对效益负有一定的责任。事实上，这其中大部分的功劳都要归于清洁部门的员工们！他们之所以能取得如此成功的转变，其直接原因就是能够不断地对出色的表现给予认可，并对胜利报以积极的喝彩，当然还有旅店上下更高的职业道德水准和无处不在的快乐心态。

你看，我们都知道如何去做。我们年轻的时候都这样做过，我们在打比赛的时候也是这样做的。当我们还是孩子的时候，不

管做什么事情，都有一种天生的意识去坚持、去询问、去享受其中的乐趣。

我认为我们都是天生的完美的销售狗。但是后来，我们渐渐改变了，我们开始说出这样的话，比如“问人家是不礼貌的”或者“别傻了”、“别去烦人家了”、“坐那儿安静一会儿吧”。我们所有下意识的行为，比如和陌生人说话或者随心所欲地大喊大叫，都在我们融入社会环境的过程中渐渐地被抛弃了。

最近我遇到一位女士，她告诉我，不久前她为五岁的女儿参加了一次老师和家长的见面会，老师说她女儿在学校总的来说表现还不错，只不过“有点过于自负了”。你能想像出一个五岁女孩竟然被指责过于自负吗？

我们就是这样遭到指责、接受惩罚、被讥笑、被忽视，于是我们被推回来，被纳入了一个“严肃认真”的体系——在商界尤其如此。

狗为了让你在它耳后轻轻爱抚，会放弃骨头、食物，以及它们所有的玩具。你若是对它们给予了更多的认可，它们就会高度兴奋起来。小孩子也是一样。一切都没有改变，惟一改变的事实是我们成了成年人，而我们的大脑和心灵还是跟当初一模一样。

对大部分人来说，这种喝彩的技巧很陌生，但对业绩突出的人来说，这简直是他们的第二本能。同样，这也要求人们对内心的“小嘀咕”加以节制，让自己内心的对话朝着正确的方向发展。记住，你自己对自己说的话是否正确完全无关紧要！你的身体或意识都不会因此而受到影响！对自己说出积极的话来，这样才能让积极的信息渗透到你全身各处，真正能为自己去接受这个积极的事实。

而对待成功和对待挫败要完全相反。如果有好事发生，比如



一个目标客户同意和你见面，或你从顾客那里得到了积极的回应，那你不仅应该像我刚才所说的那样为自己喝彩，而且要真正地把它化为你可以利用的动力，在你自己的午餐时间里把自己当成一个英雄来对待！

告诉自己，这一次成功会在整个星期里给你带来好运。你会看到，这个小小的事件能使你生活中的每一件事情都变得得心应手。

最后，还有重要的一点，就是你要把它主观化。告诉自己一切之所以能成功，都是因为你的功劳，是你争取来的，是你努力获得的，你很聪明，对这些事情了如指掌！明白了吗？你的精力和动力将实现空前的突破，而所有的销售狗都明白，自己的精力越是旺盛，下一次就越有可能取得更大的成功。

你可能还没有意识到这些，但实际上你早就已经知道了该如何去做，因为你在对待孩子、宠物，以及对待生活中的其他事情时就经常是这么做的。当你的孩子还很小时，你难道不是对他们取得的所有成就都大大地赞美一番吗？当你的孩子能站起来了，哪怕是一眨眼都不到的工夫，在你看来，这一刹那不是具有奥林匹克般的光辉与荣耀吗？你要是打过高尔夫的话，对这一切也不会陌生。试想，当你沮丧到了极点，已经准备把你的球杆扔到湖里时，却突然击出了一杆笔直的好球，在球洞的 3 英尺范围以内，或者打出 40 英尺的一击，比标准杆少一杆入洞，那你会怎么样？一定会紧握拳头，像老虎伍兹一样“噢”地大吼一声，刚才的沮丧完全烟消云散了。

想想要是你能这样看待自己的整个生活的话，那会是怎样一番情景！你的精力以及你的成绩将让人难以置信。问题在于，有的人甚至在自己取得了一次胜利的时候，也会灭自己的威风。他

们在打出那一杆球后，会对自己说：“以前那次更幸运呢。”如果他们打出去一通成功的促销电话，他们会说：“他们并不是全都喜欢我，真是太可惜了。”这样的话无异于在自己的内心深处戳了一刀，对你的情绪和你的业绩都将产生不利的影响。从现在开始，做一个精神上的英雄人物吧。



献给经理人的骨头：你手下那群销售狗同样需要你为他们的胜利而喝彩！事实上，销售狗越是聪明好斗，你就越要用盛赞包围他们，确保他们能有好的表现。如果你忽视了他们的胜利，或者只是一味地对他们较差的行为进行责备，那你的销售狗会变得刻薄、恶毒，而且甚至某一天会对你发起攻击。你必须及时、经常地为他们取得的胜利而喝彩，这样才能使他们成长为了不起的猎手和冠军。



当我们长大成人了，开始工作并进入创业阶段时，喝彩却不知为何就被看成是一种很幼稚的行为。

实际上，我们得到的教诲是不要推销，不要询问。我们被告知，要努力工作，要听话，要循规蹈矩，等待某人对我们所作的努力给予认可，并扔给我们一些残渣剩饭。我们被告知：“一切好事都只青睐那些耐心等待的人。”我们学会了接受，而不是去反对；学会了回答，而不是去询问；学会了接受我们今生的命运，而不是努力抗争。我们任人摆布，被扭曲着强行塞进一个钉好的盒子里，在那里默默无闻地生存下去，直至死亡。我们的地位取决于我们回答问题的能力，而不是提问的能力，而且我们在



回答问题的时候是万万不可出错的！

我坚信，每一个人都有一种推销的天赋。每一个小孩都会推销，你也会推销，我们都是天生就会推销的。有的人相对而言需要学习更多的技巧，有的人则需要一种全新的心态。有的已经热火朝天地在四处打猎了。下一次如果你的孩子又缠着你要东西，不要对他们说“想都别想”，相反，让他们向你提出至少三个很好的理由，证明你为什么应该满足他们的需求。当你看到孩子那双小眼睛仰望着天空，思索解决这个问题的办法时，你应该暗自窃喜，认识到自己目前对孩子的这种训练将为他们的未来打下很好的基础，从而有能力去争取一种充满了爱、快乐以及财富的人生。这些正是他与生俱来的权利与命运。

因此，要喝彩、喝彩、再喝彩。顺便说一句，狗是不需要通过派对或升职去感受到来自别人的认可或喝彩的，你只要拍一拍它，轻轻抚摩一会儿，或在它脖子上抓几下就行了。



摘 要

胜利是你所拥有的最宝贵的商品。大多数人在思维中会很自然地把胜利大事化小、小事化了了，但这无疑是热情和精力的杀手！所以，关键要学会如何发现胜利果实，把它们抓在手里，变成自己的财产，变成自己的优势，然后把它们保存在记忆中，为下一次的大行动积聚动力！

发挥个人的意志力

掌握这个技巧对创建一支强有力的销售队伍或机构来说，是



非常关键的。同时，这也是减少工作中的压力、为个人赢得财富的秘诀。学习如何发挥你的意志力，掌控自己以及他人的行为，这将决定你最终得到的是沮丧还是财富。

让我以狗为例来解释这一切。当一只狗冲出去追赶一只麻雀、一只猫或一个球的时候，它的全部意志就是抓住它！当它们来到你面前，舌头耷拉着，口水淌在你的鞋面上时，它全部的意志都集中在争取你的宠爱上。这是毫无疑问的，这就是它们的企图与意志。如果你是一只销售狗，并认为自己一定会让每一个遇到你的人为你的魅力而倾倒，那你很可能会比自己想像中发挥得还要好。可如果你认为自己一定会让目标客户望而生厌，或者自己一定令人讨厌——那你很可能真的会变成这样！这就是意志的力量。

你要学习如何发挥期待和意志的力量，这可以决定你最终面对的是财富还是贫困。换句话说，你期待你的下一次演说会得到怎样的回应？他们会认为你是个新手吗？他们会认为你真的能帮助他们找到解决问题的新办法吗？他们会喜欢你还是厌恶你、会认为你是个很烦人的家伙吗？你认为他们会怎样认为？你的期待是什么？

调查显示，你所预期的结果很可能在一切还没有发生的时候，就决定了最终的结果将会怎样！如果你认为自己的一通推销电话会让对方心生厌烦，那你的想法很可能一点都没错。可是，如果你认为自己会成为一个受人欢迎的信息员，提供给对方的将是至关重要的信息，那你的想法可能也会变为事实。你的思维意识将预先决定你的行为结果。

前不久，我的儿子本杰明（当时四岁）遇到了一件让他很为难的事情。我们当时在新加坡旅行，待在城里的一家服务设施齐



全的公寓楼里。我们在那儿住过好几次，因为它的室外场地比较大，而且还有一个大游泳池。另外，那里总有许多小孩，本可以和他们一起玩耍。

这个地方还有一个游戏室，里面有一张台球桌。本特别喜欢不用球杆，就那么把台球滚来滚去地玩。在台球桌上玩，需要付两个面值一元的新加坡币，本对这个规矩很清楚。那天，他帮人家摆放、清理桌子，挣了两美元。他很兴奋，因为有了这些钱他就可以去玩台球了。

在去台球室之前，我们下楼在游泳池边晒了晒太阳，锻炼了一会儿。接下来发生的事情让我发现，本就像一只典型的销售狗一样。当时，他看到附近有一台饮料售卖机，就跑过去买了一罐雪碧和一罐可乐。他对自己买来的东西很满意，拿着这两罐饮料高高兴兴地跑回到我和艾琳的身边。

可我们对他说，他已经把原本要花在台球上的钱用来买饮料了。经过了一番只有做父母的人才能听明白的、错综复杂的讨论后，他终于意识到自己要面对两个选择——两罐饮料和台球桌，前者和他酷爱的台球一比，马上就失去了吸引力。不一会儿，我突然听到一声巨大的撞击声，原来是本在试图把两罐饮料重新塞到机器里，再把钱拿回来！

我们让他冷静点，让他明白现在他惟一的选择就是想办法把饮料换成钱。他立时来了精神，你可以看到他那蓝色的小眼睛开始像雷达一样搜索着周围的区域——一对年轻的伴侣就在游泳池边，锁定、瞄准！

他们逃不掉了！我直到今天都怀疑那两个人是不是会讲英语！总之，本跑到他们面前，把饮料罐放下来，接着就开始了他的推销。我什么都听不到，因为离得太远了，但是我看到的一切

让我目瞪口呆。他们显然弄明白了他是在提供饮料，而且是要拿饮料换钱。而且通过本的手势，我看出他还在解释自己为什么需要这份钱。起初，那两个人摇了摇头，但是本要卖出饮料的意志是不容拒绝的。

从外表上看，他既没有畏惧和犹豫，也没有担心别人会觉得自己傻傻的，他有的只是一定要把饮料卖出去的单纯意志。我远远地看着，不禁哑然失笑。好棒的一只销售狗啊！本有一种思维意识，这种意识让人无法拒绝他。终于，我看到那两个人把两枚珍贵的硬币递给了他，我简直不敢相信自己的眼睛，而同时内心又感到非常骄傲。本甚至还主动给他们打开了饮料罐，这样他们就可以马上享用了。（颇有点金毛猎狗的风范。）

本手里拿着硬币，蹦蹦跳跳、兴高采烈地跑了回来，很高兴地把自己的战绩讲给我们听，而他身后的那两位顾客正开心地喝着饮料呢。

这就是意志力！他丝毫不怀疑自己能够将东西卖出去。

这件事情已经过去了好几个月了，如今本仍然保持着自信。他将坚持、坚持、再坚持，因为他知道自己迟早能找出我们的弱点，而我们迟早会答应他的请求。所有的孩子都是天生的销售狗。

献给经理人的骨头：个人期待与他人意图

你对自己手下的狗有着怎样的期待？不管你是否有所表露，那种期待都会以某种形式表现出来。你对一个人的表现抱着怎样的判断与期待，也将预先决定这个人所能取得的成绩。如果你把手下的销售狗按照获胜的潜力从一到十排个名次，结果会如何？如果你把某人排在第三或是第四位，就意味着你已经在某种意义



上把他预先锁定在这样一个水平上了。这会在你的管理方式和态度上有所表露，也会在他们取得的成绩上有所反映。

不幸的是，我们当中有很多人在学校中都有过类似的经历。老师在我们头上逐个贴上了看不见的名次标签。你头上贴着的名次是多少？你相信这个评价吗？你给自己贴上的名次又是多少呢？它现在还对你有帮助或是有伤害吗？一只销售狗很少能超越主人的期待值。所以要留意你对他人的判断和期待。

我在空运公司工作期间，手下有一个推销员，长期以来，其他的厂家和熟人大多认为他是一个让人头疼的家伙。可他和我的关系非常好，而且在很短的时间内，他在我们面临竞争最激烈、任务最艰巨的一个城市里取得了销售额翻一番的好成绩。我一直对他说，我知道他会取得成功，甚至在他哀泣、号啕的时候，我也是这样来评价他的。过了一阵子，他的抱怨消失了，取而代之的是欢呼和喝彩的尖叫声，总能见他从小胜利走向另一个小胜利，喜讯不断。

这是一个很简单的例子，通过这个例子，我们可以看出一名优秀的驯狗师会对销售狗产生怎样的影响。上文提到的那只销售狗曾因为某些个人举止问题，使很多人疏远了他。他做的每一件工作都表现平平。他从一个工作岗位流落到另一个工作岗位，沦为一个流离失所的人。

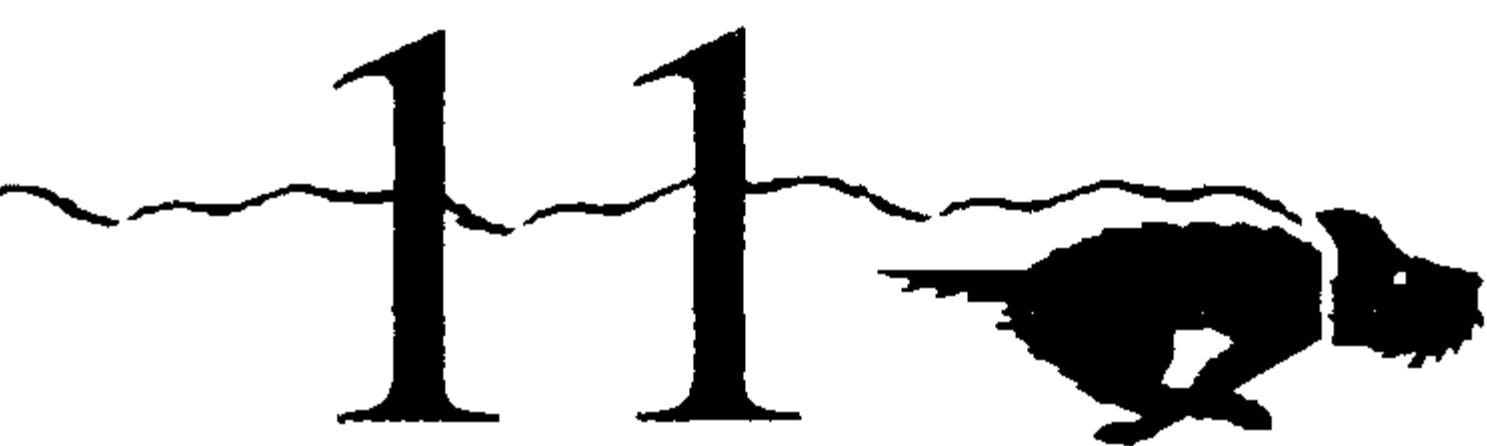
我接管他之后，立即对他展开了全面的再培训。我们首先认定了他是一只喋喋不休的吉娃娃，他的尖叫把所有人都惹烦了；接下来，我们训练他掌握金毛猎狗和巴吉度的技巧和本领。他有着吉娃娃与生俱来的快捷思维，如今再加上温文尔雅的谈吐以及对服务的投入，他最终成了该地区最富有的推销员。我们为他取得的成绩喝彩，对他付出的努力给予认可，而且我还告诉他，我

知道他能赚到大把的钞票。换句话说，即使其他人塞给他一份报纸让他另谋高就，我依然会信任他的能力，其结果不言自明。

献给经理人的精华骨头

正如你的意志会影响到你的销售业绩一样，你对手下的销售狗的判断与期待也将阻挠或督促他们取得非凡的成功业绩。你对他人、对自己以及对自己所采取的行动都抱有一定的期待。如果是对他人的期待，那你的期待值将悬挂在那个人的额头前方，而且会在很大程度上决定他将取得的成绩。作为一名驯狗师，最重要的就是不能让前任经理加在他们头上的这种束缚影响你对他们的判断。一些最不得志的狗最终却成长为最好的猎手，原因就是它们的新主人或新驯狗师对它们寄予了全新的期待，并让它们对自己产生了一个全新的认识。如果你把它们看成是冠军，它们就必然会达到你的期待值，成为冠军。





狩猎训练

——销售狗取得成功的五大技巧

多年来，有一个经典的论题总能在销售会议上激起热烈的辩论，或在公司饮水机旁引发大量的争议，也曾经激发了无数的灵感，而在这些灵感的作用下，大批书籍纷纷面世。这个论题就是：“伟大的销售人员究竟是天生的，还是后天培养出来的？”

有一种观点认为，如果你缺乏果断的自信去拨打推销电话，或面对他人的拒绝，那你在这一行里就走不了多远。另一种观点则认为，每个人都能推销某种产品，这完全取决于你是怎样的人，你可能擅长推销某些东西，而对推销另一些东西则缺乏天分。

这场辩论的历史和销售行业的历史一样悠久。而我个人发自内心的看法则是：每一个来到这个世界上的孩子都学会了如何去索取他想得到和需要的东西，起初仅仅是为了生存，后来则是向他人索要爱、关怀和拥抱，再后来，他们会提出要玩牌、玩电子游戏，或在周六晚上用你的车！

每一个孩子都会推销，你也不例外，我们都是天生会推销的

人。我相信每一个人都有推销的天分。

不过在后来的岁月里，我们要不断地去适应周边环境，不断地去经历生活的艰辛，在这个过程中，我们逐渐失去了这种天分。有的人缺乏最基本的决策力，不会说“不”，而我们大多数人都受到了这些人的影响，认为销售是万恶的。这些人害怕被人操纵和利用，所以他们把每一个敢于从事销售的人都想像成贪图金钱、道德败坏的大骗子！

对于“我们是否天生就会销售”这个问题，大家回答起来也会受到同样的影响。我相信我们都是天生的、了不起的推销员，但是，我们进入成年期后便逐渐丧失了这种天赋，我们当中有太多的人一定是压抑了潜意识中原本就已经具备的这种才能。

也许确实不是每一个人都能够推销每一种东西，不是每一个人都能推销投资项目，不是每一个人都能推销商务机器，但是基于你所归属的销售狗的品种，一定有某些东西是你能够推销的。

现在，你了解了自己所属的品种，知道了如何去识别其他人都属于什么品种，也知道了如果想要避免麻烦并赚到钱应该遵循哪些原则。那么你已经准备好了，可以进入个人演变的下一步了。

要想成为你理应成为的蓝带胜者，你必须掌握几项能使销售狗取得成功的基本技巧。

一只小狗如果不能完成基本动作，如坐下、原地待命、打滚、接受指令、搜索或装死，它就无法得到任何人的认可。这对销售狗来说也是一样。

对所有的销售狗而言，若想成为一名了不起的猎手，就必须掌握以下五个技巧：

1. 掌握推荐艺术。
2. 发表有说服力的演讲。
3. 激发为他人服务的欲望。
4. 把握个人市场营销与销售公式之间的关系。
5. 掌握应对批评或拒绝的技巧。

好的销售狗不仅强壮、有责任心，而且最重要的是能够“像狗一样简单地看待”一切事情。记住，即使是一只绝顶聪明的狗，其智商也只相当于一个五岁的小孩。五岁小孩在参加儿童游戏时可不费什么心思！销售狗的那些小技巧和儿童游戏一样简单，但最终却能成就非凡的业绩。

换句话说，销售绝对不是航天科学那样高深的学问！

掌握推荐艺术

人们之所以惧怕推销，头号原因便是惧怕“冷不防的电话”，那何不就此避免呢？

丹·肯尼迪是上个年代一流的营销人员之一，他曾就这个专题出版了六本著作。他有句话说得很好：“人家为什么想和一个根本就不认识自己的人说话呢？”

狗相当会察言观色，大概前后不出十秒钟的时间，它就能分辨出一个人是敌是友。一旦它嗅到了一丝臭味相投的气息，它的尾巴就会开始摇起来，口水也流了下来，而且它会马上向这个新认识的朋友凑过去，希望得到一点爱抚！

狗在想和人亲近时是不会去等待一份正式的邀请的——它们随时随地都在结交新朋友。不过，了不起的销售狗非常擅长通过



介绍结交新朋友。

狮子狗能够在各种聚会上与人闲谈，并完全凭借直觉来建立人际关系网；比特狗能够在市场上扮演敢死队队员，对任何目标发起轰炸和阻截；其他狗在涉及微妙的推荐艺术时表现得都比较含蓄。共有四种推荐方式，第一种是最好的一种。以下列举的推荐方式是按照其优劣性自高至低排列的：

1. 朋友让目标客户给你打电话——狮子狗的魅力所在。
2. 朋友告诉目标客户，你会给他打电话——金毛猎狗会觉得这种方式比较轻松。
3. 朋友告诉你该给谁打电话，并允许你告诉对方是他或她建议你打这个电话的——巴吉度猎狗和吉娃娃会觉得这样比较舒服。
4. 朋友给你一个名字、任意一个名字！——这对比特狗来说就足够了。

这种介绍关键要包括针对个人的认可，即对你的积极的评价，而不仅仅是对你提供的产品或服务作出积极的评价。这种介绍不必像论文一样高深，也不必像一篇传记一般详细，只要为你说句好话就行了！“约翰是个好人。”“你应该听听莎莉怎么说，她对自己的事务真的很在行。”“我信任保罗，他很坦率。”

类似的简单一句话往往能起到非常关键的作用，因为它能让对方觉得你值得信任，并且一开始就对你表示尊重。推荐能否成功，其秘密就在于此，就像松糕里的发酵因子一样，没有它们，推荐照样行得通，但是效果就大不相同了。

基本上，人们总是愿意和自己喜欢的人以及自己信任的人做

生意，产品或服务往往被摆在第二位。如果你已经预先被定位在“喜欢的”和“信任的”一类人当中，那你成功的机会就会大大提高。你不再是那个摇尾乞怜的狗，或那个让人望而生厌的讨厌鬼了，你已经成了一只有着高贵血统的销售狗，接听你的电话已经成了一件有价值的事情，而听你说话也别具一番意义了！

我有一个朋友在房地产界工作。他找到了一些低于市价的房产，准备把它们重新推向市场以赚取利润，而这需要注入大笔的资金，否则就无法买进这些房产。据我判断，迄今为止他从来就没有为此印制过手册、进行过电话推销，甚至都没有利用过报纸或杂志上的广告。

然而他另有绝招，这就是他手中的投资商名单，这些人都是他多年来经人介绍而结交的。他根本不用去接近素不相识的冷面孔，就把这个项目卖给了投资商。他和他的妻子非常富有，与几个孩子住在一起，拥有一个非常漂亮的家。他们的成功和他们的业务完全建立在熟人推荐的基础上。

我个人单从演讲和培训费用方面，就可以收入几十万美元，而这些业务中有 90% 是经人推荐来的。我在广告和促销上投入了上万美元，可是和我的另一种投资相比，这项投资的回报可不怎么样。这里所谓的另一种投资，就是确保我现有的客户对他们接受的培训结果感到满意。

实际上，最根本的推荐人就是你自己的声誉。你的声誉好坏是不言自明的。

在你现有的顾客身上投入一些时间，这种举动的回报率要比其他的高出十倍。经常和他们沟通，确保他们对你提供的服务感到满意，确保一切运行正常，这样你得到的推荐才能如滚雪球一般越滚越大，直到你的业务多得接都接不过来。





没有一个成功的网络营销人员不清楚推荐的重要性。如果你能够为他人提供培训、辅导和鼓励，并使对方的钱包塞得鼓鼓的，那人们自然会找上门来。

我有一个非常好的朋友，他通过网络营销推销一套教育项目。他提供的培训是当地最好的，因而赢得了极高的声誉，结果人们蜂拥而至。大家都知道，他能给自己提供必要的工具，帮助自己获取财富，不仅是经济上的财富，还有感情以及精神上的财富。他的业务空前发展，注册客户以每月上千名的速度不断递增！

推荐与见证

对那些身体里流着比特狗血液的人来说，如果你打定主意要去缠住某个人，那你要保证这个人不是你的目标客户。他还不认

识你，即便有人给你推荐，不出多久，推荐带给你的优势也会被你没完没了的叨扰所抵消，结果你会和其他狗一样，又扮起了惹人厌的食腐动物的角色。

不要这样，相反，你应该去缠住那个承诺要推荐你的人，因为他已经和目标客户建立了和谐的关系，同时他也认识你了，而且，如果幸运的话，他没准还很喜欢你呢！另外，既然他已经答应推荐你了，他会觉得自己有义务履行诺言。

你要不停地提醒他，告诉他如果他能把 you 推荐给一个人，你会多么感激他。你可以很随意地督促他——“你给某某打电话了吗？”“要不我把他的电话号码给你？”“我不想直接给他打电话，除非我知道你已经先和他通过电话了。”

作为销售狗，你要培养一种请人推荐和寻找推荐人的意识，这样你就再也不用对陌生人进行推销了。但是你要记住，寻求帮助和纠缠不清只是一线之差。你要悉心经营自己的推荐渠道，细水长流，注意不要污染了水源。如果他们觉得你讨厌，又怎么会把你推荐给他们的朋友呢？

不过，销售狗培训中的一个亮点是，一旦你能熟练地把握住人们所属的品种，那你就能利用相关信息来促进你与他人之间的交流，用他们的语言来打动他们。

例如，假设你有个客户叫约翰，是一只狮子狗，你想让他做你的推荐人，把你推荐给一个新的目标客户——史蒂夫。那你要提醒约翰，如果他给史蒂夫提出这样的建议，史蒂夫会对他如何地心怀感激，而且史蒂夫会因此在将来的某个时候与他建立起绝佳的商务关系。

相反，如果约翰是一只吉娃娃，那上述方法就绝对不会激发他的热情了。这时候，你需要利用他的求知欲。告诉约翰，从一



个用户的角度来说，史蒂夫确实需要了解一下你提供的产品或服务的特点和用途，而且据你所知，没有什么人比约翰更在行了。你要指望约翰来帮助史蒂夫找到一种绝佳的产品，而这种产品对史蒂夫的业务绝对有帮助。如此一来，约翰渐渐地就会感觉自己俨然是一名专家了。

一旦你认定了人们的品性属于哪个类别，你就可以按下他们所对应的具体按键了。这将带来一个三赢的结果：你赢了，因为你得到了推荐；接受推荐的人赢了，因为你将为他提供有价值的产品、服务和帮助；推荐你的客户赢了，因为他在作推荐的过程中拥有了良好的自我感觉。

如果你的客户为你作了一次卓有成效的推荐，你也应该给他一份切实的回报。这回报可以是一张简单的答谢卡、一束鲜花、一本书或者一顿招待午宴。而你能给出的最好的回报就是以恩报恩，把他的业务推荐给一个好客户。

如果你刚刚起步，有时可能很难通过推荐找到一个好客户。这时，你需要发掘一下自己最近的资源，让一切运作起来。让你的老客户、朋友或熟人给你写一些热情洋溢的推荐信，在信中对你表示满意并给予支持。

如果他们太忙了，那你可以自己把推荐信写好，让他们过目，然后让他们签名。接下来，当你想联系一个新客户时，就把这些推荐信复印一份，给他寄去一沓合适的推荐信作为个人介绍。如果可能的话，选出一些将来有可能和这个人产生业务联系的人，请他们给你签发推荐信——比如由经营类似或相关行业的人签发的推荐信。虽然你并不是由他认识的人推荐而来的，但你是由你认识的人推荐来的，这也会增加你此次推销的可信度。而且你在证明你已经为类似的人提供了良好的帮助。

不过，你要小心，推荐信如果利用不当，反而有可能损害你的形象。几年前，我和妻子想买辆新车，我们来到了所在地区的宝马车经销商那里。推销员很快拿出了一本厚厚的笔记本，上面都是他自己及其公司的推荐信。他把本子就那么往桌上一扔，说：“这是我的顾客对我的评价。”我和妻子相视而笑，心想这本子里可能永远也不会有我们给他写的推荐信了。他不该这样使用自己的推荐信。

另外极其重要的一点是，你要为接受推荐的人提供更深一层的服务与承诺。这对金毛猎狗而言是很自然的事情，然而对比特狗来说就是一个很大的挑战了。如果你的一个客户或是一个朋友把你推荐给了某个人，你必须确保和这个别人向你推荐的目标客户合作愉快。这不是采取强硬的推销手段或给对方施压的时候，否则对方会把压力很快转给当初推荐你的人，而这个人以后再也不会把你推荐给任何人了。

相反，如果你提供了一个出色的方案，能满足别人推荐给你的目标客户的需求，那你很可能最终又得到了一个重要的推荐人，他能够把你推荐给更多的客户。而此时，推荐信的作用就显得举足轻重了。“我经人推荐找到了他，这是我所碰到的最幸运的事情了。我强烈建议你也去找找他。”

你在向这个目标客户推销时又能有多大难度呢？把笔递给他，你就可以看着他签支票了。事实上，人们并不愿意浪费时间四处采购，也不愿意面对一大堆的促销活动。他们宁愿通过朋友推荐，让朋友帮自己找到一种产品或一种值得信赖的解决方案。当他们和你开始交谈的时候，你就已经打破了那层怀疑与不信任的厚墙壁，而他们也能够清楚地听出你所提供的产品或服务的价值。



顺便说一句，有了见证人或推荐信，你就可以打开局面了，不必非得是名门望族的嫡系传人，也不必非得要具备皇家血统。每一只销售狗都可以拥有属于自己的阳光灿烂的日子。如果过去你曾经给他人带来无尽的喜悦，不妨花一些时间把自己取得的这些战果记录下来。这一点是非常重要的，不要尘封你曾获得的伟大战果，让你的那些客户给你写几份推荐信。你可以经常回忆他们对你的盛赞之词，把这些话都写在纸上。许多客户都倾向于你自己起草推荐信，只要你能把起草的信件送给他们过一下目，让他们在你写的东西上面签个名就行了。

如果你是个新手，你可以利用你所在的公司、你的销售经理或你这个行业手中的推荐信。虽然这些推荐信的影响力不如针对你个人的那些推荐信，但是它们同样可以奏效。不过，目标客户也可能根本就不会去读这样的推荐信。

罗伯特·切尔迪尼在他的畅销书《影响》当中曾经提到了影响人们决策的六个基本的心理原则，它们是互惠、连贯性、社会认证、喜好、对权威的尊重以及物以稀为贵的心理。

如果你建立了坚实的推荐网络基础，你就自然而然地迎合了上述三个颇具影响力的原则——你证明了其他人同意你是出色的（社会认证），你证明了人们喜欢你（喜好），而且你还证明了你对自己从事的事情很内行（权威）。你手中的资料增加了你的信誉，而且让目标客户在还没有和你见面时就觉得你是一个有声望的、举足轻重的人物。

不知道该去哪儿找推荐人吗？去问问你手里最好的客户。如果你刚来到一个新的销售区域，那就和过去的长期客户联系一下，问问他们是否知道有什么人会在你经营的新区域内需要你的服务。你的客户和朋友当中可能会有一些交际甚广的人，他们往

往会迫不及待地想把你拉入他们的圈子里来。他们明白，自己也曾有过这样从零开始的经历。

记住，销售是一种有关个人能量的商务活动。你构建的网络越多，你就越有可能让事情运作起来。



骨头：永远别跳到陌生人的身上。和基础销售培训课程中给出的建议正相反，我们建议你永远也别让新客户把自己推荐给任何人，你要等到他们对产品或服务非常熟悉了，并确认他们感到满意了才可以采取行动。刚开始就让他们把你推荐给别人，很可能会让他们对此次购买行为感到懊悔。他们会以为你惟一感兴趣的的就是推销，而不是巩固和他们的生意关系。

大骨头：千万、千万不要忽视现有的客户。他们是巨大的资源，能给你带来更多的销售额、更多的推荐渠道。



发表有说服力的演讲

众所周知，在人们谈及推销时所面临的十大恐惧中，演讲甚至比死亡的排名还高。不过，如果你想当冠军，你就必须掌握这种技巧。和生活中的所有事一样，如果你做了别人不能做或不愿做的事情，那你得到的回报将是不可估量的！

我的生活和我赚取的利润都是基于我个人对上述事实的认识。面对一百个人讲话所产生的影响，要比单单面对一个人讲话



产生的影响大得多，在你介绍产品、服务或商业机会时尤其如此。今天，在我所从事的教育产业中，我所达成的销售交易中，有 90% 都是在我发表讲话或举办座谈时通过与众人交流而获得的。

我当年推销电脑时，是所在地区举办座谈最多的一个推销员，同时也是完成销售额最多的推销员。我很少上门推销，而是通过信笺、传真和报纸广告宣传我个人举办的“让你耳目一新的免费一小时座谈”，通过座谈来进行推销。这样，所有的与会者就会知道我是谁了，然后我才会给他们打电话。

更重要的一点是，因为我是发言人，我在他们眼中就成了一名专家，而我的建议就有了更大的分量。

这种产品信息、教育机会和免费获取的休闲活动，会让与会者感到一切都非常有价值，而且也使我在此后不管做什么，都具备了一定的信誉和权威性。

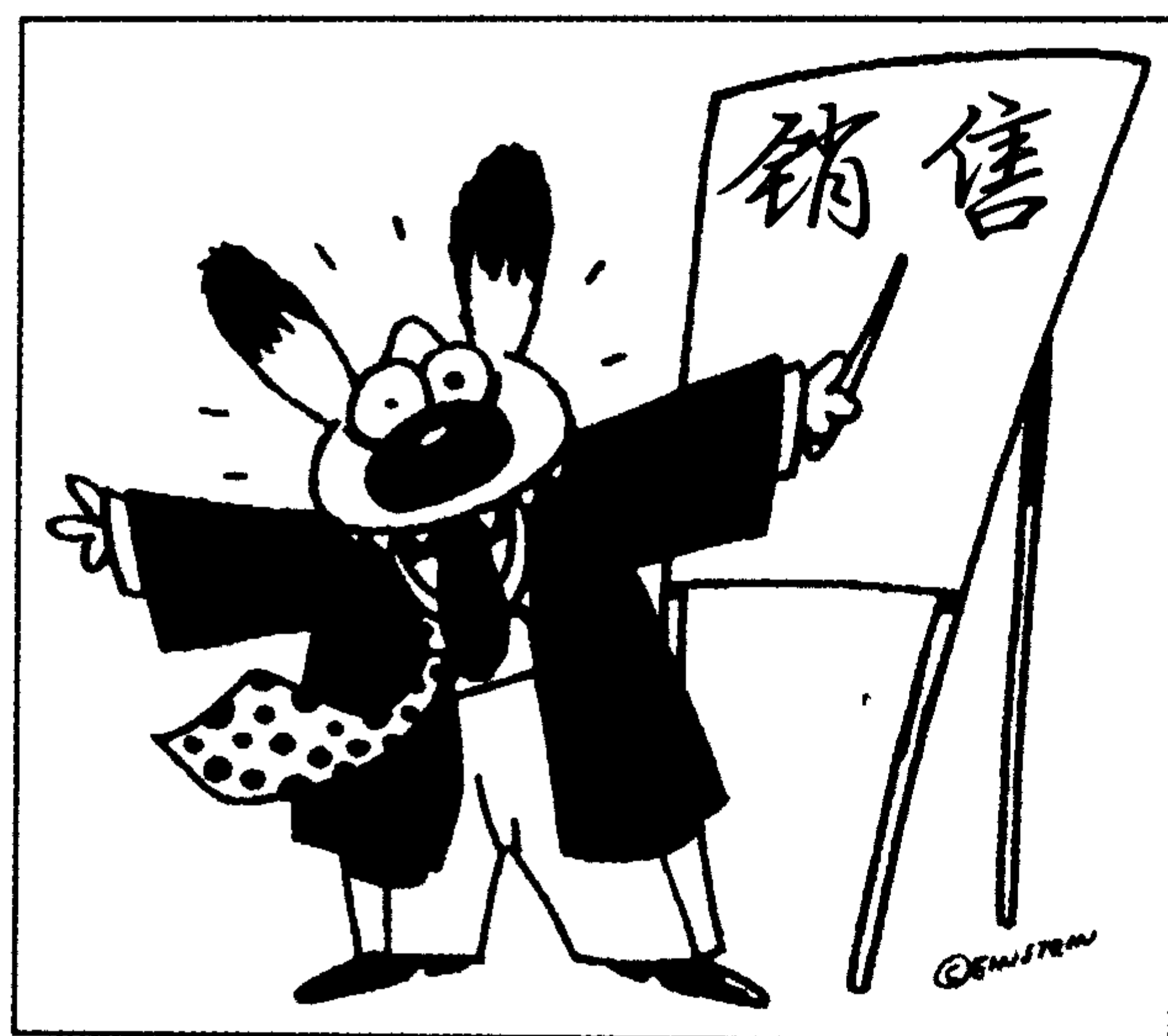
了解如何做好这件事对你来说非常关键，否则你就会变成另一只流浪狗，在深夜里嚎叫哀鸣。良种狗能将猎物吸引过来，然后用魅力、心思和力量将其收入囊中。

有的销售狗看到这里就打起了退堂鼓，说：“哦，我就是不会在人群面前讲话。”我对这种话的回答便是：“那就马上去学！”擅长演讲是你所能拥有的最有用的销售工具。如果你无视它的作用，你的收入就会受到影响。另外，如果你是一只真正的销售狗，一旦你学会了销售狗的讲话方法，你就会为之狂热！我可以保证。

在众人面前满怀自信地谈笑风生，不仅能帮助你树立自信心，而且还能使你成为一名公认的权威人士、一名领导者。你会成为一个人人都愿意找你说话的人，因为你是专家，你是那个能

为他们答疑解惑的人。领导者拥有权威，不管他是不是一个真正出色的领导。当你接近一个目标客户时，一定要认识到这一事实，这种认识具有极高的价值。

遗憾的是，大多数人在演讲和陈述时要么是喋喋不休的吉娃娃，满嘴蹦豆子似的全是“比特”和“字节”等术语，要么就是说起话来枯燥无味、颠三倒四、啰唆个没完没了的巴吉度，



再或者就表现得像一只自我陶醉型的狮子狗，卖弄着自己的可爱之处和那些小聪明。大多数目标客户不出片刻就会感觉到乏味，用不了几分钟就走神了。要想成为一个出色的演讲者，你必须掌握多种技巧，从每一个品种的销售狗那里学习他们最出色的本领。你还必须学习重要的言谈技巧，以抓住自己的听众。

有的人说，你只要让15%的听众产生兴趣就可以了。胡扯！你的目标应该是每一次都能吸引住100%的听众，是让在座的每一个人都有兴趣和你作进一步交流，愿意从你这里订购产品或服务，希望你从这里获取更多的信息，或者你的演讲至少要能激发他们的兴致。

以下就是你需要做到的事情。



赢得听众

你是谁?为什么你有别于他人?要想作出生动的演讲,关键要学会如何迅速、轻松并不容置疑地赢得信誉。有时候,深入发掘一下你的过去就能够找到宝藏,在你所有的听众心里注入信心与尊重。这是要告诉人们,你對自己正在谈论的主题非常内行,绝非吹牛。

寻求回应,而不是一味灌输

我的一个朋友有句话说得相当好,“销售不是灌输”。大多数演讲者都要花费大量时间向人们灌输自己手头成堆的数据材料,而不是停下来让听众摸清楚资料的来龙去脉,并向人们解释清楚这些资料将给他们带来哪些确切的利益。销售是一门艺术,你要通过提出正确的问题来激发人们的兴趣,引导他们去探讨,与他们建立和谐的关系,并真诚地表示你对目标客户非常在意。而面对一群人完成这些目标,需要采用一种特殊的艺术手法。信不信由你,人越多越好办。

认可他人

发表一场有影响力的演说,关键是要让与会者通过积极的或间接的方式参与其中。一旦实现了这个目标,你就进入了一种工作对话状态,可以和听众进一步开始探讨、建立关系并激发他们的兴趣。你必须知道如何以及何时对你的听众进行认可,什么时候要邀请他们给大家讲讲他们的经历,通过这个来提高销售的可能性。如果没有这样的互动,整个演讲和陈述就会变得枯燥无味,变成一言堂。演讲若是没有激发起听众的兴趣,那听起来就

像是在拉赞助，结果很可能适得其反。一次有技巧的、精心发表的演讲和陈述，可以往你的口袋里装进成千上万的钞票。

点明并直面难言之隐

只有自信勇敢的销售狗才能做到这一点，而这么做能使你得到巨大的回报。你有没有注意到，训练有素的狗在饥饿或是需要出去走走的时候，绝对会让你明白它们心里在想些什么？它们实话实说，没有费多少力气。

出色的演讲者应该能够感觉到房间里的气氛和人们的精神状态如何。一旦察觉到有疑问、困惑、疑虑或者任何负面的情绪，就不应该粉饰太平，而是要马上直接点明问题所在。

“我察觉到，大家对我所说的一切仍然持有一定的疑虑。有谁愿意说说，对我刚才提供的信息都有哪些想法？”于是，房间里的情绪被调动起来了，而听众那种被丢在一边的感觉也会逐渐消失。这个技巧非常重要，因为你等于是别人提出质疑之前，自己先把这种反对意见提了出来。有太多的演讲者都错误地逃避这样的交锋，结果失去了听众。

聆听

对销售行业来说，聆听显然是一种关键的技巧，可是很少有人善于聆听。狗的聆听能力至少是一个普通人的 25 倍。小树枝突然断裂的声音、50 码外的一只野兔穿过灌木丛的声音、一扇紧闭着的房门后传出来的开罐头的声音，所有这些都别想逃过狗的耳朵。销售狗也应该有着这样一双耳朵。

在一场演讲中，关键是要从头到尾注意聆听与会者有哪些话要说。在这个过程中，人们自然倾向于尽快揣摩出对方的意图和



对方想要提出的问题，然后在心里准备好一个答案。虽然这种能力很让人羡慕，而且效率颇高，但这也恰恰是大多数人不是个好听众的根本原因。当你在心里开始琢磨着如何对答时，你就已经停止了聆听。和狗一样，你的大脑不能在同一时间里进行太多的工作。当某个人正在讲话的时候，如果你注意聆听，不去琢磨什么巧妙的回应，就会出现如下两种情况：

第一种情况，你会和正在讲话的这个人建立起一种亲密无间的联系，因为对方能察觉出你在有意无意间对他的话都给予了高度的关注。

第二种情况，你将听到一些非常有价值的信息，了解到这个人就当前谈论的主题所产生的想法或关心的一些细节问题。不管是什么交谈，一个人要发表的最重要的评论总是会出现在他所说的最后那几句话当中。如果你已经“走神”了，你将错过真正的销售机会！在这些重要的反馈当中，你可以领悟到对方提供的线索、暗示和内心深处的想法。而正是这些珍贵的东西，能使你在顾及客户需求时提出切实的问题。聆听还有助于你和对方建立一种更加信任、更加尊重的关系，而这种关系将推动对方作出积极的购买决定。

提问并恳请对方提问

不管你是在众人面前发表演说，还是针对一个人进行访谈，都必须不停地提问并鼓励你的听众提问。正是这个过程激发了目标客户的兴趣，促使演说者和参与的听众建立起积极的联系，并推动工作对话正式开始。一旦从一场演说入手，那提出约见或会谈就比较轻松了，因为一切都成了你们此次对话的一个简单自然的延续——一个新的章节，而不是一本新书。

把产品特点转化为针对个体的独到之处

每一种基本的销售培训课程都会告诉你，顾客会判断你的产品或服务有哪些好处，然后才会在这个基础上作出购买决定。他们永远不会去购买产品或服务的特点，除非这些特点能和他们的需求联系起来。

不要把你的全部时间都放在罗列成堆的产品特点和技术术语上。如果你认为所有人都会主动把你力求向他们证实的产品特点及其个人需求联系在一起的话，那你就犯了一个致命的错误。把这两者联系在一起是你要做的工作。你必须对他们点明！你每道出一个声明、每提到一个特点、每阐述一个条目时都必须做到这一点。比如，“这份保险单具有不断升值的潜力。这对你很重要，因为你将来可以从这当中免税借款，这样你每年就可以减少纳税的钱，同时你的实际收入也不会受任何影响。”

我们开发了一种独特的销售狗演说纲要，在我们的现场座谈会和销售培训工具包中都有这个纲要，它在每种狗的主要强项的基础上再提供具体的技巧和策略。这可能是你所需要的最好的东西了，它能帮助你培养一种能力，在作销售演说时吸引、激发、鼓动目标客户，让听众为你的表现大声赞叹，让人们把你当做他们惟一的采购渠道。我已经目睹了人们在我眼前的“转变”，而一切都是因为他们试用了这些新的演说技巧。

另外要记住：你不必一开始就大刀阔斧！从小处着手，逐渐磨炼你的技巧。



激发为他人服务的欲望

即使是最凶猛的狗，也天生有一种为人服务的欲望。让狗来做盲人的助手，训练狗协助警察调查，这些都是明智的选择。经过训练后，狗被用来搜救落难的游人、寻找遗失物品、传递重要信笺，甚至去安慰老弱病残。狗效忠于主人，这与训练有一定关系，但更主要的原因是它们与生俱来有一种服务他人、取悦他人的欲望。

比特狗、小猎犬以及其他实干型的狗的强项是建立新的领地，探索全新的、有潜在危险的边疆。而金毛猎狗的强项很简单，也很有威力，它有一种取悦主人的天生欲望。金毛猎狗销售狗把高水平的服务奉献给他们的客户和目标客户，他们可以不惜一切代价为他们的客户提供服务，他们的热情让目标客户很难对他们说“不”。当比特狗需要夺取一次交易时，金毛猎狗的工作方式则完全不同，在某种程度上，他们的客户会觉得自己有义务把订单交到他们手上。

金毛猎狗知道，大部分狗也都知道，忠诚是有回报的。狗以其对主人的至诚而著称。我们都听过许多故事，讲述这些犬类朋友如何保护老人、抢救小孩，有时候甚至为挽救主人的生命而不惜牺牲自己的生命。

这种取悦他人、服务于他人以及保护他人的欲望，在每一个伟大的犬类伙伴的身上都是与生俱来的。了不起的销售狗如想成功，就要学会伸着舌头低声哀诉，还要有足够的耐心在一边气喘吁吁地等待下一次可能出现的、为目标客户服务的机会。

我有一个很成功的朋友是丹佛的一个房地产经纪人，他曾经说过这样一番话：

我之所以关注客户服务，主要有如下几个原因。首先，我需要从自己的所作所为中找到一个突破口。我不是“擅长行销、擅长在气势上压倒对方”的那种类型的房地产经纪人，我在首次购房者身上下了很大的工夫，在他们面前做个金毛猎狗对我来说很轻松。我发现，大部分买房者、卖房者对房屋买卖的程序都太无知了。许多经纪人只要把房子卖出去，就根本不愿意再理睬其他事情。我发现如果我能关注客户服务，那我就有更多的途径与过去的客户保持联系，这样他们就会把我推荐给更多的人。

比如，我会给他们送去恰当的成交文件的复印件，（这样他们就不用费力地去找这些文件了。）他们在办理税务问题时可以把这些文件交给会计师。我还为买房者和卖房者各准备了一个笔记本。上面有我办公室的照片和简介、贷方信息、个人介绍、个人联系方式等，还有营销技巧、我的书面客户服务纲要、合同复印件、纯费用账单、房屋购买或销售程序，等等。我发现买房者似乎最喜欢这个手册了，每次我们碰面的时候，他们都把它带在身上。我想，基本上我是一个愿意和老客户保持联系的人，而且我能把这些变成业务来源。大多数客户都会对我说，我更像是他们的一个朋友。

需要声明，这位朋友正是一个非常成功的金毛猎狗销售狗。

销售需要你花费一定的时间和精力，去发现某人真正需要的是什么，然后再想办法来满足这种需要。我曾目睹许多一度成就非凡的推销员，他们最初创下了相当好的销售额，拥有出色的技巧，对产品和行业了如指掌，但是后来却失败了，因为他们拿到





订单后就再也不过问了，缺乏持续服务的能力。随着销售额的下降，他们开始变得垂头丧气、无精打采。可悲的是，他们没有去改正自身存在的问题，而是继续去寻找其他公司或产品，或者干脆前往另一个销售领地，而结果只不过是重复了这种过山车一样的经历，最终仍然要面对心痛的结局。对纯种比特狗来说，这是最大的风险之一。这些斗士们很难意识到，销售本身只不过是个开始，而绝非客户关系的终结。

我记得有个叫弗雷德的家伙，他非常有抱负、非常聪明，不管什么人都会被他的迷倒。他给一家很有名的大公司推销保险，第一年他打破了公司所有的销售记录，他简直是太棒了。

但不知为何，到了第二年，他的销售业绩一直徘徊不前，紧接着就开始直线下跌。他努力扭转颓势，使出了浑身解数，花费了大量的时间，但似乎再也不能重振雄风了。在此期间，其他人都从老客户手里拿到了越来越大的保单，而他却没有从老客户那里接到过任何业务。他对自己的处境非常沮丧，他认定问题出在了保险行业上，于是决定再换一个行业，以为这样就可以再一次创造辉煌了。

在一个好朋友的帮助下，他得到了一个非常抢手的直销机会。他的销售额和往常一样再次出现了飞跃，但是过了几个月后，他又回到最初的平台上停滞不前了。不过这一次，他的主管用心花费了一定的时间对他进行了观察，并给他作出了相应的指导。

主管问他：“你在现有的客户身上一般要投入多少时间？”弗雷德的回答很具有代表性，他说：“我投入了足够的时间，让他们对这个项目有了充分的了解，然后我就去寻找更多的新客户了。”弗雷德的问题在于他把销售重点完全放在了推销上。他最



关心的是自己能卖出去多少、能卖多快。

他很少抽时间去关照那些曾经接受了推销的人，他在保险业做的时候也存在同样的问题。事实上，回顾自己在这两个行业中的经历，他几乎都记不起为什么那些客户会接受自己的推销了。

弗雷德很幸运，他的主管恰好是一个非常出色的驯狗师。他给弗雷德安排了一个任务：回去和每一个曾经从他手中买过保险的客户谈谈，和每一个购买过他所推销的产品的人谈谈，问问他们当初为何接受了他的推销，他们认为产品具有怎样的价值。弗雷德很生气。“这样会没完没了的！我要是光做这些，那就永远别想再拿到新订单了！”不过，最终他还是妥协了。

过了几个星期后，他又坐到了主管面前，这一次可是夹着尾巴来的。这已经是一个全新的弗雷德了。

他了解到，一个年轻的家庭在努力维持生计、为将来作好打算的过程中所经历的苦痛与希望；他了解到，一次简单的营销机遇如何让他的一個客户从一个一贫如洗的人，摇身变成了腰缠万贯的富翁。在此期间，他发现了大量的信息，听到了很多真知灼见，还拿到了很好的推荐信。这些故事一直都在那里，只是他从前根本就没有抽出时间去聆听。

从那以后，弗雷德的销售额突飞猛进，而且他也建立起了自己的网络营销公司，其利润以百万计的速度不断攀升。他和自己所有的销售商在一起进行例行培训时，告诉这些人一定要想办法为客户服务。即使你的产品派不上用场，也要帮助他们想办法实现他们的目标和愿望。他最喜欢的一句话就是：“相信我……我们的服务通道就是你的快速通道！”

谁说比特销售狗不会学习新窍门！

对所有的销售狗来说，关键是要问他们想为谁提供服务，为

什么要为这些人提供服务。不管你的客户需要、渴望或期盼得到什么东西，你都必须心甘情愿地钻过铁圈、跳过木墩、趟过河流和小溪，把那个东西拿来送到客户手中。

有很多次，我为了照顾客户真正的需求而失去了自己的订单。尽管失去了订单，但我却从没失去那些客户，而且那些一时的损失都被后来的大订单弥补上了。一切都是因为我愿意为满足他们的需求而服务。这绝对是需要激情的！金毛猎狗对此理解得最为透彻。

我曾经接触到一家目标客户公司，这个公司想开展一些项目管理培训，主要是针对他们的一些经理人。我组织了好几次长时间的座谈，准备了几份详尽的建议书，并和他们交换了意见，试图满足他们的需求。后来，我发现我显然不能给他们提供他们真正想要的那种培训项目。

我告诉他们，虽然我非常希望达成这笔交易，想办法为他们提供培训，但是我实在无法达到他们的要求。在接下来的几个星期里，我和其他有可能为他们提供这种培训的人逐一进行了面谈。我旁听会议，打了好多电话，最终给他们提供了十几个可供选择的培训商。他们最后从我推荐的人当中选定了一个合作伙伴。

那家公司从没忘记我所提供的服务。一年后，他们给我打来电话，说公司的另一个部门需要进行一种团队建设培训，问我是否感兴趣。我当然有兴趣了，而且这一通电话给我带来了一份正在履行中的、价值八万美元一年的合同。迄今为止，合同已经执行了五年了。

销售的定义不仅仅是让某人前来购买，还是让某人的生活在这种意义上得到改善。这就是服务！





献给销售经理的骨头：要想激发你手下的销售狗的斗志，你就必须不断地提醒这些小狗去关注他们为别人提供的服务，无论怎样强调其重要性都不为过。你必须触动他们的心，这样他们才能同样触动目标客户的心。只有在这个基础上，你才能做出有意义的决策。



把握个人市场营销与销售公式之间的关系

最有价值的推销技巧可能就是如何有效地把自己推向市场，这样你就根本不用去推销了！

如果你是只比特狗，你最爱做的就是在自己领地上来回逡巡，寻找任何有点生机的东西做猎物，而推销自己完全背离了你的天性。你的营销方式是拿起电话或直接走上门去，所以，你很可能现在就要跳过这个章节，连看都不想看下去。

但是，对其他销售狗来说，也包括眼下可能有些好奇的比特狗们，要想少工作、多推销，推销自己就是改变生活的诀窍！如果你学会了一点狮子狗的本事，你可能会发现，得到如此巨大的回报是一件多么轻松的事情。

早些时候我曾经提到过，在推荐过程中最重要的一点是，如果运作得当，你就再也不必和一个还不认识你的人说话了，这被称为高级营销。下面就是它对你的销售所能产生的影响，有一个非常简单的公式：

$S/M = \text{推销所付出的努力}$

($S = \text{推销}$ ， $M = \text{市场营销}$)

这是一道简单的算术题：你所做的市场营销越多，你必须付出的努力就越少。如果你目前在推销和营销产品或服务上花费了同等的时间，而接着又决定在个人市场营销上花费两倍的时间，那你最终将减免一半的精力！你在营销上付出的努力的质量越高，你在销售上需要付出的努力就越少。目标客户会举起手来四处找你，而你也不用再循着气味去寻找他们的踪迹了。

推销所付出的努力不仅耗时耗力，而且还充满了挫折，并需要出色的个人能力和良好的时间管理能力。市场营销是把你的信息传播给尽可能多的目标客户，而且根本不需要你事必躬亲。只需开展一整套的营销策略，对其进行检验并予以实施，销售机会就会自动找上门来，你也不再需要一味地去追寻这些机会了。

你打了多少个推销电话并不重要，要想接触到尽可能多的人，最好的办法莫过于在一本针对你的目标市场的商业期刊上作一个醒目的标题报道。同样，一天被点击成千上万次的互联网站也是无与伦比的宣传渠道。

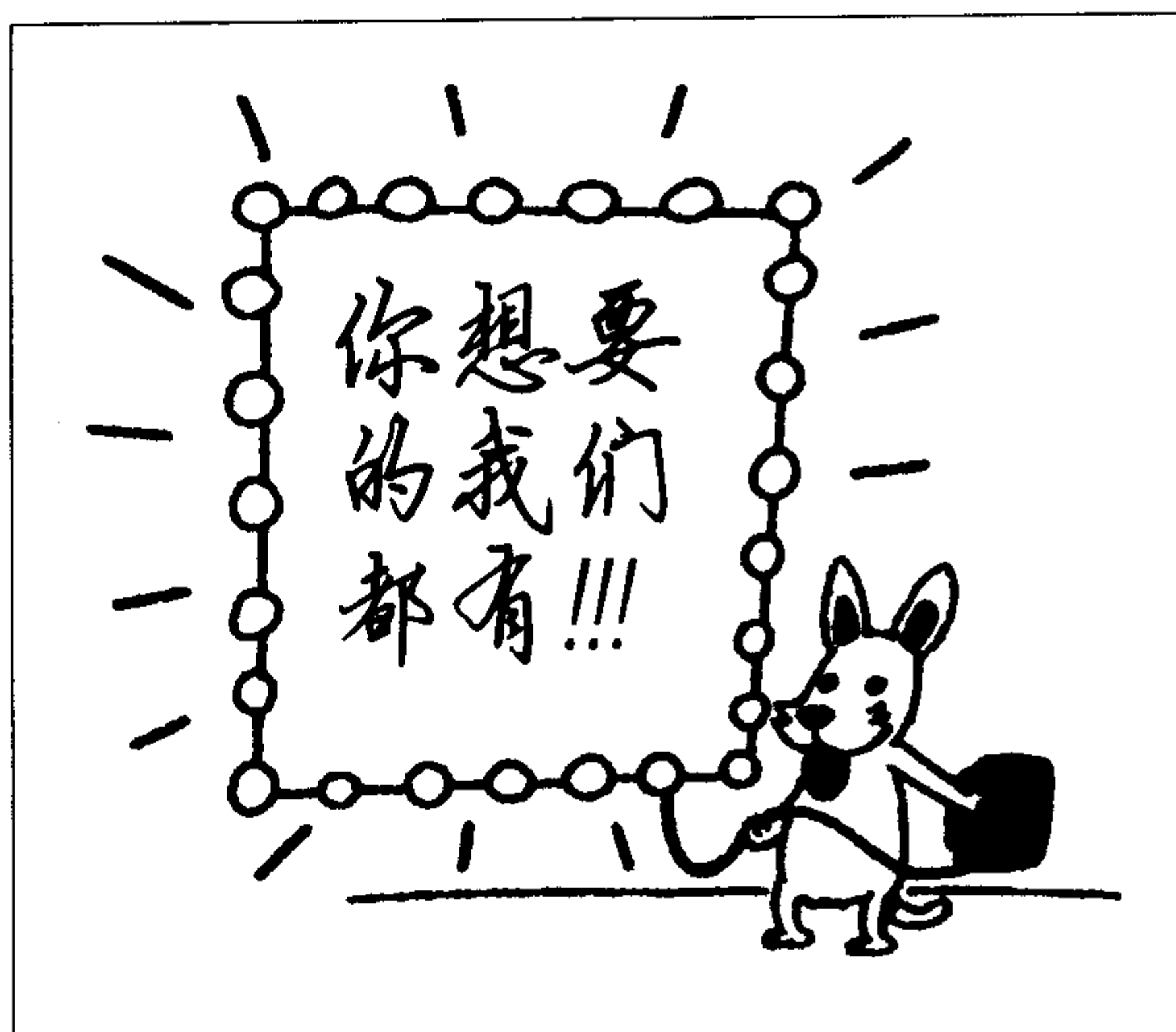
对上面的数学公式不太明白的人可以看看另一个公式：

$$S (\text{推销}) \times M (\text{市场营销}) = \$\text{结果}$$

(把在“ M ”上投入的时间加倍，把在“ S ”上花费的时间减半！)

对你来说，关键是要学会如何平衡安排一周的时间，花多少时间对目标客户或客户进行面对面的积极推销，再花多少时间通过你个人的市场营销努力开拓一条推荐渠道。如果你是一只聪明的销售狗，你应该把时间充分投入到你的市场营销策略上。从根





本上说，这是一种让销售机会找上门来的艺术。也许更重要的是，在此过程中机遇转变成销售额的机会将得到增加。

遗憾的是，有成群的野性未驯的销售狗就是喜欢去任意追赶某个移动的物体。

他们花大把的时间去

追逐那些难以捕捉的目标客户——结果抓到的没几个，自己也累得筋疲力尽。最终等待他们的只有少得可怜的一点收入和满怀沮丧、愤懑的情绪。

你完全可以拥有一种轻松快乐的销售生活，但是要实现这一点，你必须学会如何有效地进行市场营销！

想想看吧，洛特维勒牧犬和杜伯曼犬根本不需要别人介绍，只要 130 磅的肌肉和尖尖的牙齿一露出来，每个人都会由此产生一种期待、一种看法和一瞬间的反应。这种形象有利于它们扮演护卫犬的角色，但是在普通的目标客户看来，它们可是太让人胆战心惊了！

当你走在路上时，一旦迎面碰到这样一只具有潜在致命危险的大狗，有多少次你会立即走到马路对面、避免和它正面冲撞？你的目标客户也是一样的心理。如果你一看上去就比较好斗，那他们永远也不会主动来找你。实际上，他们会对你避犹不及！

你的目标客户是如何看待你的呢？你不仅要对你的产品或服

务进行市场营销，你还要对自己进行市场营销。你想让人们对你有个良好的印象，你希望他们会这样想：“这就是能帮我解决问题的那个人。”

正因如此，销售狗才必须花大量的时间对自己进行市场营销。

好的市场营销，比如广告或互联网上的链接、商务期刊上醒目的头版头条，或者和你提供的服务有关的一本畅销书，所有这些都帮你推销出大量的产品，这可是你挨家挨户上门推销所达不到的。利用面向成千上万人的大众传媒，你等于是敲这些受众的门。除了这些媒体之外，你还可以利用其他的发言人、商务机构、组织团体和任何一种实体，只要他们的受众人群中可能存在潜在的客户，你就可以利用他们让大家有效地了解你的信息。

开始你要列出一个清单，把潜在的、可用来传递产品及个人信息的途径都一一列出来，然后投入一定的时间开拓这些途径，接下来，销售机会就会自动出现了。

其次，你要确保自己向公众发布的信息都能给某人提供一个极具说服力的理由，让他不得不给你打电话，或不得不表示出一定的兴趣。这应该是一份服务宣传，你必须在宣传中提出，如果他们和你联系的话，是会有所回报的。这回报可以是一种特别提供的服务，可以是一份绝佳的保证，可以是一份不可抵挡、但又货真价实的声明或主张，也可以是一种独特的建议。

一个简单的例子就是在广告中宣传一次免费的咨询服务，或者限期打折，或者在客户通过电话和传真与你联系、成为你的会员或提出进一步咨询时，为他们提供一份高级产品的“免费特别介绍”。

你要牢记，这些宣传和你所在公司已经为你做过的全球市场



营销完全是两码事。这种宣传更加个人化，是更直接的市场营销，不仅能让人们注意到你的产品或服务，还能把他们直接带你面前。

市场营销只是让你的目标客户在你给他们拨打推销电话之前，对你以及你的服务产生兴趣并有所了解。由于他们的兴趣被调动起来了，你离游戏真正开始之时也仅有一步之遥了。要想起步，你还要尝试下面这些途径。当然，除此之外还有成千上万种起步的途径。

- 与其他已经和你的目标客户建立了联系的个人或公司建立合作关系。
- 派发推销信件。
- 在期刊杂志以及其他印刷媒体和互联网上刊发醒目的标题报道，以及独特的销售陈述。
- 做广告。
- 主动参加业内活动。
- 对团体以及目标客户发动传真突袭。
- 举办商贸展。
- 举办免费的指导性座谈会。
- 参与并赞助社区活动。
- 找人做你的见证人和推荐人。

问题在于，大多数销售人员都不愿意投入必要的时间、金钱或精力来做市场营销。他们宁肯采用一些卑微的途径，做一些耗费体力的工作，或者一味等待公司为自己做市场营销。那些不会或不想对一种服务或产品做市场营销的人，永远也无法进入现金流当中的 B 象限，因为要实现这一目标，你必须拥有去尝试、去

犯错、去改正错误的意愿。

要像狗那样思维。四处嗅嗅，闻出普通人的鼻子闻不出的东西。如果你鼻子不好，那就和鼻子好的人或者与猎物待在一起的人合作。这就是市场营销。

当我还在电脑业的时候，曾经接手一处销售区域，那里有相当多的客户多年来一直使用自动记录机。我知道，要想一一拜访这些客户恐怕要花上好几个世纪，所以我想办法认识了这个区域中的安装工程师马萨，他负责所有这些机器的维修和保养工作。马萨是个了不起的家伙，他在这个区域已经工作了 25 年！

我和他每周一早上都一起喝咖啡，聊聊这些用户的情况。经过多次交谈，我们制定了一份计划。他每见到一个用户，就很随意地在他们面前提到现在有一种新设备面世了。他会给他们指出这种新设备能给人们带来哪些好处，包括较短的下载时间和较低的维护费用。这样，等我来到他们面前的时候，他们就对我的产品有所准备和了解了，并十分渴望进一步了解。马萨已经为他们热了身，他们随时都可以出发了。

不到一年的时间，我就几乎把所有这些陈旧的设备都替换成了时新的电脑微机。在长达两年的时间里，我所在的区域都是全美销售额排名第一的区域。原因很简单，我在市场营销上投入的时间多于我在销售过程中投入的时间。马萨也是一个大赢家，因为新的服务合同给他带来了额外的提成收入。我们建立了一种市场营销伙伴关系，这种伙伴关系使我们两人都成了赢家。

掌握应对批评或拒绝的技巧

一个销售人员面临的最大障碍和挫折当然就是拒绝。没人喜



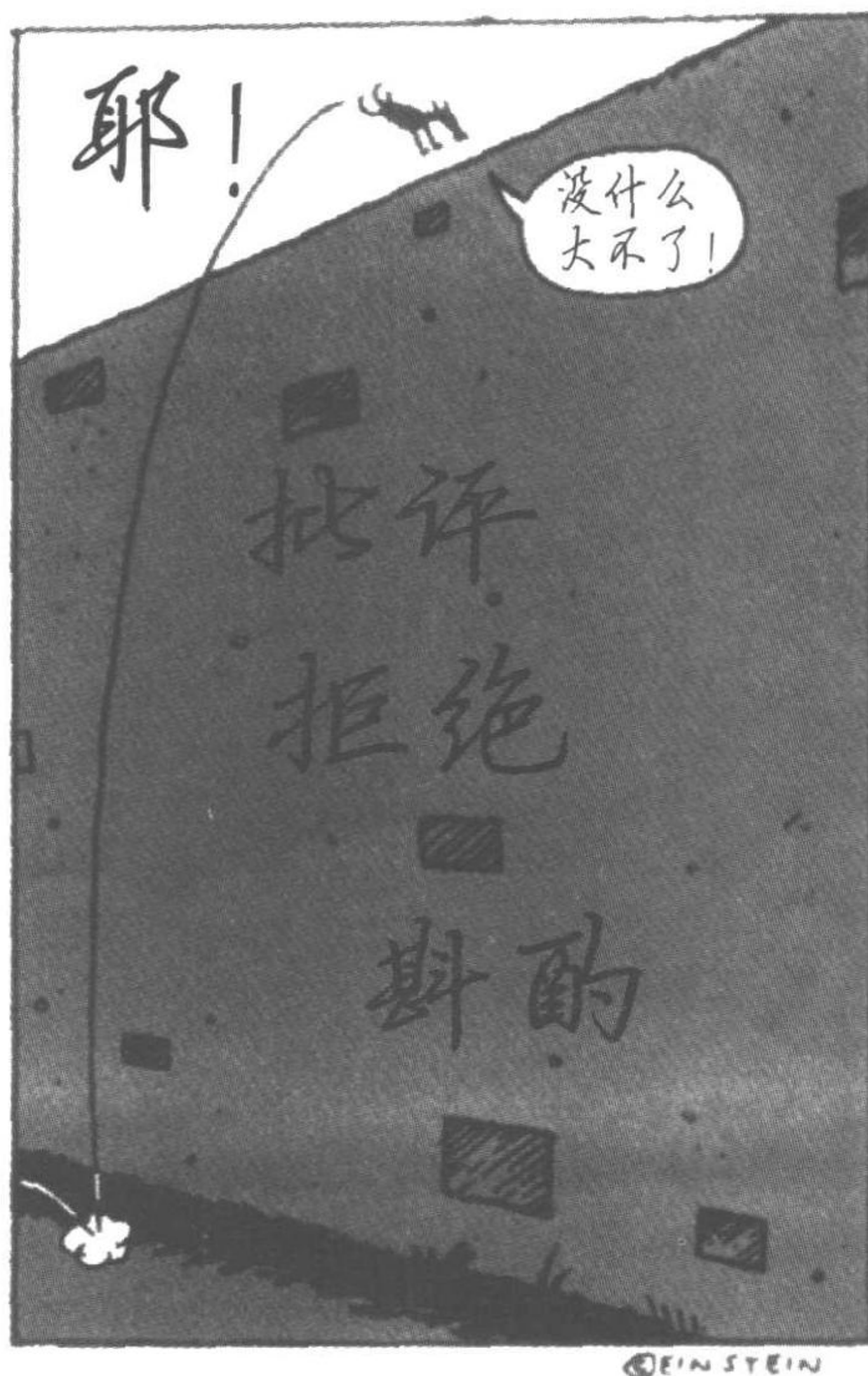
欢被拒绝！我们都希望得到别人的喜爱和接受，所以拒绝可不是一般人乐于接受的。

狗也喜欢得到爱与接受，但是当你没有时间和它玩飞盘的时候，它不会太往心里去。作为一只销售狗，你必须学会做出同样的反应。我会在后面的章节中和你详细探讨如何应对拒绝，但是这里先让我们看看其中一些要点。

1. 目标客户对你的拒绝不是问题所在。真正的问题在于你对拒绝所做出的情绪上的回应。一旦你能在面对最尖锐的批评时不产生任何情绪，那你非凡的头脑一定能够轻松地处理这种局面。问题在于，拒绝通常会激发我们人类最原始的畏惧感，并导致深层的情绪和心理波动。交际中的经典原则指出，当你处在一种高度负面的情绪中时，你的智商会变得极低。你是否曾经在生气的时候说出一些话，而事后又后悔不迭？你是否让某人气得话都说不出来，而几个小时后当你冷静下来，又觉得一切都没什么大不了的？我说的就是这个意思。
2. 在怒火中烧的时候保持冷静、镇定很容易，只是通常没有人就此指点过你。起初你要通过不断重复来消除自己的情绪化反应。
3. 当客户或目标客户在大发脾气时，你必须学会理解他们那些话语背后的真实情绪。一旦你做到了这一点，他们的批评就会逐渐消失。
4. 另外还要认识到，每一种批评有一弊必有一利。比如：批评之弊可能是，“这栋房子里的厨房太小了！”而其利就是，“我们把厨房做小点，是为了让起居室和娱乐空间再

大点。这样当你在娱乐的时候，人们就会走出厨房，来到房子里的其他地方。”

还有另一种技巧曾经让我和许多其他的销售狗受益匪浅，这就是“魔杖”法。当你第一次与一个新的目标客户面谈时，或者当你面临着太多批评意见时，你可以这样问：“如果我能够挥动魔杖改变这里的一切，你最想要的是什么，或者什么东西在你看来是最好的？”这个简单的提问为我们不断地创造出新的途径去获得各种可能性、制造各种机会。



骨头：别往心里去。当一个目标客户说“不”的时候，他的意思不过是他目前对你的产品不感兴趣，或者他有些东西还不理解。这并不是针对你个人的评判。



12

控制销售狗的情绪

管理那些热情洋溢、表现出色的人绝非易事，其中部分原因就是这些人做起事情来往往会感情用事。

销售狗在工作中承受着巨大的压力。管理层对他们的期待、伙伴间的竞争、强烈的好胜心，还有经济上的压力，所有这些加在一起就会形成一个很强大的、情绪化的氛围，控制这种氛围需要一定的技巧和深谋远虑。

你有没有见过一只平常很温顺的狗突然在房子四周走来走去、闷闷不乐，一看到什么能动的东西就大吼大叫？销售狗也一样。作为一只出色的销售狗，你必须知道如何激励自己，尤其是在你希望整个世界都停顿、希望自己能逃离一切的时候！

你必须知道生活就是喜忧参半的。也许有时你只想对着月亮大吼，有时你恨不得把某人的耳朵咬掉，有的时候你想要做的就是去游戏、去追逐。至于狗，关键是不要鼓励负面的行为。而对于你和你的销售狗，关键是要知道如何对付你自己以及你手下那些销售狗们所产生的一系列情绪波动。

控制情绪是每一只销售狗都必须学会的最有价值、最关键的技巧。我所见到的任何一只出色的销售狗、任何一个出色的行动者、任何一支出色的团队或任何一个成功的个人，都是承受过压力之后才变得异常出色的！只有在压力之下，人们内在的力量才能被激发出来，个人的信心和能力才会空前高涨。压力是一束引领成功的激光，它能把你提升到一个全新的层次，让你的神经网络把“我可能”、“我能”、“我必须”和“我做到了”紧密地联系在一起，最终给你带来非同一般的机遇。

永远不要害怕压力——没有压力，就不会有辉煌成就。

压力是自然演变的途径，是新结构建立的途径，是我们个人、团体以及整个人类文明的成长途径。压力并非总是那么可怕，并非总是让人避之不及；它也并不总是痛苦的，只要你懂得了如何应对压力。

不管结局多么有利，如果你不知道如何应对压力，那你面临的压力就会让你坐立不安，让你不堪重负。如果你是一个顾问、一个主管、一个经理或是一只销售狗，当压力对你个人或你的团队造成损害时，你必须想办法及早地释放压力。

不及时释放压力，销售狗就会产生偏执的（认为公司是在利用他们）、负面的（对同事和客户言行粗鲁刻薄）或沮丧的（闷闷不乐、缺乏主动、仿佛世界末日来临一样）情绪。

作为一只销售狗，你要在采取下一个行动、尤其是销售行动之前，对这些情绪好好地分析一下。如果听之任之，这些心事就会成为你工作中的障碍，并将逐步积聚成沮丧、愤怒和绝望的情绪。在这个行业中，能否成功取决于你是否拥有乐观向上的心态，因此，上述这种消沉的情绪将对你的销售生涯产生灾难性的影响。如果对这样的情绪不加以控制的话，它将弥漫整个狗窝。

你不能强迫某个人或你自己高兴、乐观起来，但是人有一个绝对优势，就是我们可以控制自己的情绪，我们能够找到独特的、有创造性的途径对我们的感受产生积极的影响。

如果你情绪低落，要迅速改变你的状态。如果你正在经历一个情绪低落期（比如“没人喜欢我”、“公司在压榨我”、“我可干不了这个”等），那你就要制定一个策略，让自己行动起来，让自己能够取得一些小的成果。比如，去拜访一个不错的或是已经在使用你的产品和服务的用户；和已经喜欢上你以及你的服务的人聊聊天，去拜访他们，和他们待上一会儿，你甚至有可能在此期间抓到一两个推荐人。你会发现，你的情绪和精神状态很快就发生了变化。

再来点体力活动——去跑上一大圈或者去趟体育馆！到海边坐坐，再次与大自然亲密接触。把所有你最喜欢的歌曲翻录在一盘磁带上怎么样？活泼的舞曲能让你振奋起来，令你感觉良好。在你去拜访客户的路上边开车边播放音乐，边跟着磁带一起放声歌唱——找点享受、练练嗓子。过后你会惊奇地发觉自己的精力是多么充沛，浑身都充满了力量。发挥你的创造力吧。

当你处于高潮状态中，当一切似乎都进展顺利，你就步入正轨了。这时，你会发现钱在不停地流入你的口袋中，人们主动向你敞开大门，每个人都愿意听到你的消息或了解你的产品。这个时候你要拨打更多的电话，充分利用这个赚大钱的阶段，给你能找到的任何人、每个人打电话。你会惊讶于自己的效率以及在这段时间内积累的销售额。

要抵制诱惑，不要在取得一两次胜利后就退到幕后休息，你将因此而失去动力，而要想重新找到动力将是非常困难的。如果你总是要从一个起点上不断地重复开始自己的销售行为，那你就



要比一直保持活跃状态花费更多的精力——永远别让它停下来。
保持前行，尽可能长地延续那些高潮状态。



献给经理人的骨头：作为一个销售狗经理人，你需要运用大量的策略和技巧来帮助你手下的狗进入一种更健康、更丰富的思维模式。主人若总是批评自己的狗，或是从发生意外后就一直对它们数落个没完，那最终面对他的必将是一群恶毒野蛮的动物。面对手下的销售狗，你一定要迅速行动，点明问题，然后放手！不要让你的怒气或是沮丧久久不散，否则你只会把事情弄得更糟糕，而他们则有精神崩溃和丧失忠心的危险。



当你一发现有迹象表明你的销售狗正在闹情绪，你就要把他们拉到一边，鼓励他们把自己的想法讲给你听。通过他们的反应，试图确定他们实际的情绪是怎样的。你往往需要透过他们最初反馈给你的信息，作更进一步的探索。记住我们在前面所说的聆听原则——从头到尾听仔细。你很可能会发现，真正的问题要等到谈话行将结束时才会浮现出来。如果你自认为已经了解到了问题所在，走神了、去琢磨如何解决问题了，那么你可能就没有听到他们所说的真正的问题是什么。

“你今天看上去和往常不大一样啊，莎拉，你似乎有点不开心。”“你看待事情好像比往常更消极了。”通过这种途径，你可以确定对方的情绪，而且可以很自然地唤起他们的情绪。（在治疗当中，顾问会向你提出完全一样的问题。）这种确认本身就

表明你关心对方，表明你意识到他们的行为发生了变化。

当他们把自己的心事说给你听时，你要抵制诱惑，不要下意识地给他们提建议，不要对他们的想法作出评判或劝解。你要做的很简单，就是听他们说，明确他们面临的问题，告诉他们你能够理解他们在这种情况下的感受。在他们对你敞开心扉以后，问他们一些具体的问题，帮助他们找到一种积极的解决办法。

“最近你有哪些事情一直很顺利，莎拉？”“什么事情不顺心？”让他们说说所在区域的最新动态，他们上午联系业务的进展情况，或者他们所在行业出现的最新发展动态。但是注意不要把气氛弄得像是一场有 20 道考题的考试，别让他们感到自己低人一等或是正在遭受攻击。这种训练的目的只是让你的销售狗考虑一下具体的事情。

当我们面临糟糕的局面时，我们会像上文中提到的那样，倾向于使用一些泛指的表达方式，如：“没有什么事情顺利一点。”“这从来都是一场灾难。”如果你能提出一些具体的问题，就可以改变人们的想法，让他们看到实际上事情并非“总是”这样，而是“有时候”才这样。接着，如果你能进一步杜绝“有时候”的话，那你就能改变自己的行为方式，避免沮丧的情绪了。这也相当于一次自由讨论会，而往往就是在这种讨论和反馈的过程中，问题的解决办法就自然而然地出现了。人的精力就会转移到更积极的层面上，于是情况会突然柳暗花明，而争取成功的行动计划也就制定出来了。

通过这种办法，我们从“一切总是这么糟糕”转而认为“实际上，我没在 24 小时以内把提议提交上去，而只有在这个时候才会出现这样的事情”。于是如何解决问题就一目了然了，而且你也有了将来可以用来检验和衡量个人行为的一套体系和策略。



仔细听他们诉说，然后和他们一起制定一份争取成功的计划。重要的是，要把“将来的胜利”分解成小的、便于实现的多个目标，这样他们就可以以正确的心态重新投入到工作中去，并在整个过程中采取主动，而且感到是他们自己而不是你让一切焕然一新。

和狗一样，销售狗在面临许多事情时也很难集中精力。如果你把木棍扔给狗，狗会把它捡回来，木棍会让它们不再打盹，精神为之一振，因为捡木棍让它们觉得很好玩。要想进一步转移它们的注意力，你可以在它们正把第一根木棍往回捡的时候再扔出去第二根。这会让它们在头脑里完全抛开了最初面临的问题。此时很可能会出现这样的情况，它们会把第一根木棍放下，去追赶第二根木棍。

这就是为什么对你这只销售狗来说，关键是要迅速开展一些有趣的、轻松的行动计划，把自己的注意力从眼下的两难境地中转移出来。一旦你的头脑恢复了积极的状态，你就可以准备出发，重新将世界掌握在自己的手中了。

下面是几个能把销售狗的情绪调动起来的行动方案：

- 在报纸上找出三篇文章，证明目标客户在生活中取得财务自由具有相当的重要性。
- 从过去的客户中找到四个人做你的推荐人。找出你在他们的生活中所留下的积极影响，并以此为荣！
- 去找两个用户谈一谈，问问他们为什么持续使用你的产品或服务。

如果你面临的只是一个无关紧要的小烦恼，那就把它丢在一边。但是，如果你注意到自己的行为出现了消极趋势，那么你最

不该作出的选择就是无视这种情绪的存在，试图把它藏着掖着，或者假装没事，盼着它自己消失。闹情绪是好事，它提醒了我们这样一个事实，那就是——我们还活着！是情绪让我们激动、让我们亢奋。作为一名驯狗师，对精力的管理是其取得成功销售业绩的关键所在。当精力处于旺盛水平时，销售也会同样兴旺起来。这种道理也可以有效地应用在客户、目标客户或顾客的情绪转变上，如果销售狗能够逐步巧妙地把目标客户的精力调动起来，那他就能成为一只胜利的狗。

关键要明白：是你自己选择了眼下你想拥有的情绪。在任何特定的情况下，你所选择的情绪将使一切变得不同。想法不能决定一切。情绪的力量更大。

假设你走进一个房间，看到两个人正在争论着什么。你不知道发生了什么事情，但是你可以感觉到房间里的那种气氛——“整个气氛都僵硬了”。你身边的人看到的就是这样的场面。所以，虽然那种微妙的情绪并没有被说出口，但你必须真正地意识到它们的存在。

你想要怎样的感觉呢？愤怒、沮丧、兴奋、坚定还是乐观？你喜欢从别人那里感受到愤怒的情绪吗？那么消沉呢——一个人需要把话说出口才能让你感受到他的消沉吗？或者说，在他只字不提的情况下，你能与他心灵相通吗？

情绪是在你的专注中产生的。当你把注意力转移的时候，你的情绪也就随之发生了转移。当你有必要转移自己的注意力，使情绪向着对你有利的、而不是和你作对的方向发展时，你可以尝试着这样去做：（实际上只需要一两分钟的时间。）

1. 在这种局面中，究竟什么因素是你真正不喜欢的？把它说



出来。要具体——只说一句“这真是见鬼”可没什么用！

2. 然后把注意力集中在你想要的东西上。把它说出来。把注意力集中在你确实想要的东西上，直到你看到了、感觉到了、听到了、甚至对着它微笑了的时候为止。就是这样。尽可能把这种感觉保持长久，尽可能重复这个过程。记住，你不一定非要做出一个行动计划，才能得到你想要得到的东西，你只要别把注意力总是集中在你不想要的东西上，而是去关注一下你想要的东西就可以了。

如果只是完成第一步，那很简单！你很可能每天都在这么做。也正因为我们总是这样琢磨着自己不想要的东西，才导致我们最终得到更多我们不想得到的东西。第二步才是最重要的一步。

最近，我必须向一个非常大的客户做一次陈述，涉及合同数额高达 30 万美元。我当时十分紧张和担心，因为我感觉客户不会有兴趣的，尽管我觉得这对他很有利。我很烦恼，就和我的妻子、同事以及我自己抱怨个没完。陈述做得不是很好，这让我很生气、很难过。我很清楚自己不想要的是什么。一般情况下，我们会任由沮丧停留在心中，最终不得不挣扎着面对自己的结局，而这结局最多不过是自我安慰而已。

不过，我当时选择了改变自己的情绪，把注意力集中在我想的东西上。我要和客户开诚布公地讨论一下，而不是做一次正规的陈述。我想要的就是和他进行一次真正的交谈，谈谈他的需求以及我对他的真诚的建议，和这个客户建立一种新的成熟的关系。当我想像着我们交谈的情景，感觉这种新型关系将给我们带来的美好前景时，我不禁偷偷乐了起来。一切都会非常美妙的！

一天后，我做完了陈述，和客户的关系也得到了改善，开始热烈地回顾我们之间的交谈。那一次以后，我和他签订了一份价值比从前高出两倍的合同。

如果我当时抱定了一种疑虑、沮丧、戒备的情绪，那就永远不可能和客户建立新的关系。我把注意力重新集中在我确实想要的东西上，回头去争取我想要的结果，而最终我真得到了！

在销售业中取得成功之所以让人感到刺激，一部分原因就在于人们知道这其中必将经历一些高潮。记住，要锁定这些高潮，把它们更紧凑地串联在一起。当低潮来临时——它们注定是要来临的——你只需简单地把注意力重新集中在你想要的东西上，履行行动原则，采取任何一种行动，只要能把尽快地从低潮中拉出来就行。这样就可以缩短低潮的持续时间，使你重新振奋起来。



骨头：作为销售狗，我们当中大部分人都是以金钱为动力的，否则我们就会到地方的政府部门去做一个行政助理，每年拿上 1% 的加薪！而目前我们的收入有着无限增长的可能，这让我们深受鼓舞。但是，鼓舞我们的真是金钱吗？还是我们想用金钱来购买的那些东西？在你为自己的推销设定目标时，要把自己关注的那些钱数看成是一种标志。要得到真正的权力与刺激，就要关注你将用这些金钱来做什么。将注意力集中在这上面，直到你露出微笑为止。我敢保证你的精力会提起来的！



但是，重要的是要记住，你不可能一直持续高潮，也不可能



一直陷于低潮。这就是自然规律。狗知道，虽说眼下正在下雨，自己在外面浑身又湿又冷、一个劲地发抖，但是这雨迟早会停的，太阳也会出来的，它们又能找到安身的地方。销售的乐趣在于你知道只要自己愿意，你在从事这个职业的每一天里几乎都将经历许多不同的情绪和感受。一个努力试图掩盖和隐藏自己情绪的人、一个小心翼翼躲避低潮和高潮的人绝对不会是一只最佳的销售狗，除非他学会了如何表达并感受自己全部的心情。

成熟的销售狗会直面自己的情绪并把它转化成激情。沮丧化成了决心，愤怒与畏惧化成了力量，快乐化成了纯粹的乐观和永不消退的动力。

你如何才能做到这一点呢？记住，这是一个心理适应的训练过程。为胜利喝彩，哪怕最小的胜利也不例外。告诉自己，你是一个传奇人物，尽管你取得的成就并无惊天动地之处。当你情绪低落时，试着让自己投入到活跃的行动中，这样的努力不费什么头脑，却能激发更高的能量。比如向目标客户们散发新的广告宣传单、出去跑跑步，或者编写一份新的市场营销信函，并找出 20 个人对它进行测评。

你要用你所能找到的任何一种途径把精力调转过来，让自己的注意力从消极的情绪上转移出来。不过，重要的是不要把“转移”和“忽视”混为一谈。在开始采取任何行动之前，你必须明确并认可自己的情绪。否则在你今后的路上，它还会再次浮现出来，惟一不同的是，到那时候它将具备更大的威力。

不要隐瞒自己的情绪，把它弄清楚，给它一个名称，和它一起坐一会儿，认同它、释放它，然后继续前行。不要把它吞下去。如果你对自己的情绪感到不安，那你要明白，即使是面对低潮，你也会自然而然地产生一种固定模式下的反应。愤怒终将创

造智谋和果断，失望也能激发决心。弄清楚你的模式。如果是好的模式，那就要有耐心；如果是一种消极的模式，那就找出自己该在哪里作出转变。

出色的销售狗具备这样的行动转变能力，但是这种能力也有可能成为他们最大的负担。

有能力采取行动对我们所有人来说，都是一件能给我们带来好处的事情，但这种能力也可能会走向极端。销售还需要耐心。大多数时候，一只狗离开了原路另辟蹊径，就是因为缺乏耐心，一心想得到快速的回报。通常这样的狗最终会疲于奔命——它追赶的兔子太多了，到最后却一无所获，只有追自己尾巴的份了。一名优秀的驯狗师会教导自己的狗，让它坚持走好脚下的路，猎捕自己的猎物，直至走到终点为止。

所以，一名优秀的驯狗师必须鼓励自己的销售狗在毫无进展的时候保持耐心。你必须让目标客户在这个漏斗时刻保持盛满的状态；不停地把一次次开局扔进这个漏斗，接下来再不停拨打电话，最后终将有一笔销售业务成功地从漏斗的底端冒出来的。不能在此时放弃合理的市场营销策略。当你的情绪低落期来临时，耐心和毅力必须携手上阵。和任何事物一样，一切都将周而复始。这就是为什么你要确保自己心里明白，所有的挫折都是暂时的、特殊的和客观的。如果你把这种心态用于实际当中，那你将在很短暂的时间内从逆境中重新站起来，回到新的一天的狩猎中去！



13



是什么让他们不断回头？

——应对斥责和拒绝的技巧大揭秘



大骨头：在你所能学习的事物当中，最重要的就是要学会如何应对拒绝和批评，你在这方面投入的时间将是最有价值的。我可以很诚恳地告诉你，如果你在这方面勤奋地训练自己，那你的生活将发生彻底的改变。不仅你的销售业绩会提高，而且你还会发现你的人际关系也将如日中天。大多数人并不知道，自己内心下意识的畏惧和忧虑对他们在家庭中以及工作中的言谈举止和人际关系有着多大的影响！



一只狗一旦决定了要玩取物游戏，它就会一直纠缠着你，直到你把球扔出去为止，这里面究竟有着怎样的故事呢？不管你上一次和它一起玩耍是多久以前的事情了，它总是一如既往地满怀希望，希望你现在能和它做游戏。在你读报纸或者打电话的时

候，狗会一直耐心地坐在一边等你，一直在仔细地观察你的一举一动，你哪怕表现出一丁点的软弱或分心，它就会发起突袭！

你可以对它说“现在不行”或者“走开”，但它还是会坐在那里——等待。不管你如何长时间地拒绝它的请求，甚至连它淌在球上的口水都已经干了，它都绝对不会放弃。有的狗甚至会挡住你的去路，不让你走到别处去。为什么会这样？是什么让它们在面对拒绝和挫折时还能不断地回头？很简单，它们没有意识到自己已经被拒绝了，而且你让它们走开时它们也根本没听明白！

反对与拒绝对大多数销售狗来说是最大的难关。如果你是一只销售狗，在第一次或第二次接到攻克难关的命令时就跑去寻找掩护，那世上所有的销售策略对你来说都毫无价值可言了。

想想看，你有必要和狗坐在一起，教它们如何建立自尊吗？你有必要教狗如何利用复杂的谈判策略促使人们把球扔出去吗？我认为没有必要。

重要的是去学习并实施我在本书前面一部分所介绍的那些管理技巧。为胜利喝彩，重新诠释逆境，这些都非常重要，但是真正的秘诀在于，所有了不起的销售狗在应付斥责和拒绝时都有一种神奇的、秘密的妙招。

他们对此早就习以为常了！

我也很想对你说，有一种更轻松的办法、一种捷径能让你不费任何时间、没有任何负担和痛苦地摆脱一切，而且对你绝无影响。很可惜，根本就不存在这种办法和捷径。

这是惟一的出路——要想摆脱内心对拒绝的畏惧，惟一的办法就是去经历拒绝。你必须经历过斥责和拒绝才能理解它，而且你必须从中走过许多次，最终才能丝毫不受其影响。

狗的典型生活其实一直是处于斥责和拒绝当中的，这样的经

历有太多次了，它们对此已经麻木不仁了。它对拒绝抱着无所谓的态度，这没什么大不了的，你就在那儿吧，你就听吧，你就拿T恤衫吧，你就看录像吧——现在把那个该死的球给我扔过来！

问题是，在你和你的销售狗对此习以为常之前，他们那狮子狗一般高傲的自我意识将面对极大的挑战，很难成功地应付这一切。大多数人从来没碰过这种事情，因为他们害怕，总是想尽了办法退避三舍。这种逃跑策略的问题在于，如果你回避了拒绝，就等于回避了销售机遇，而你一个月的损失就要高达成千上万美元！

顺便说一句，“最聪明”的狗（就是那种嫡系的、敏感的、高度兴奋且很有社会地位的狗）有时候最不擅长做街头推销。他们在生活的各个方面都几乎没有经历过任何失败，当他们的激情哪怕只遭受一点点打击的时候，他们就承受不住了。有时候，大杂院里的销售狗、混种销售狗和背景恰好相反的销售狗反而有可能成长为最好的销售人员，因为他们习惯了面对逆境，他们明白有时候失败是生活的一部分。

在所有狗当中，比特狗是最符合这种特性的代言人。他们似乎因此而成长得更为茁壮，似乎还盼望着遭到批评，这样他们就可以咆哮着用自己那尖刻、睿智的答复去回敬对方。这种反应——顺便说一句——并不见得就是应付批评的最佳方式。

一旦你拥有了应对斥责与拒绝的技巧，你的生活将从此改变，你敢于冒险的勇气以及发展出色的、长期的人际关系的能力都将和以前不可同日而语。你将有能力承受冲突与异议，而这将消除你内心的畏惧，让你到达一个别人只有在梦中才能一见的绝佳境界。



有一点请你明白，这种能力不仅可以让你在销售业中获取财富，而且还将给你勇气去按自己的方式生活。你曾经有多少次口是心非地活着？我们当中有多少人不得不扭曲或改变自己的个性，以满足别人对自己的期待？又有多少人不得不欺骗自己，因为这比欺骗别人“更容易一些”？

我们在成长中接受的观念告诉我们，自己必须尽一切努力去满足所有的人。我们必须得到认可和爱，必须帮助所有人。可我们自己呢？可不可以对自己真诚一些？可不可以帮助自己做一个快乐的人？可不可以去接受、去爱那个原原本本的自己？

除非你学会站起来，让别人接受你原本的价值，否则你将永远也无法实现自己梦想的生活，而是生活在别人的梦想中。不管别人怎么说、怎么做，你都还是你自己，你一切照旧。只要你明白了这一点，你就会拥有完整的生命，拥有自信和平静。

那么你如何才能学会这种改变人生的技巧呢？很简单：去迅速地适应它——反复操练、沉浸其中。一次次地反复经历最常见的斥责和拒绝。通常人们听到的斥责和拒绝大概有 30 来种。这些常见的斥责和拒绝足以让大多数推销员望而却步、畏缩不前。通过训练和反复地经历，你能够淡化它们的影响，轻松地排遣每一次遭遇所造成的不良情绪。“这没什么大不了的！”

在我第一次面对一群人发表演说之前，我从一群朋友那里既听到了美言，也得到了恶言恶语。我的这些朋友和我同时在培养同样的技巧，我们曾把自己锁在一间屋子里，一待就是好几个小时，大家轮流站到屋子前方，下面的人模拟一些提问或批评意见，帮助上面的人练习如何应付类似的局面。

我们会听到这样的话，比如：“你有什么权利跟我们讲这些？你从没经营过像我们这样的大公司，你可能根本连门都摸不

着！”或者：“你和其他那些愚蠢的顾问一样，自己不会开公司，所以就只能去教人家做推销。”

我曾遇到的言语攻击还有比这更甚的，实在有伤大雅，不便在此复述。但是如果大家彼此很了解，很可能会说出一些更难听的话，甚至连一只勇猛的比特狗听到这些话都会发抖。

我至今还清楚地记得这样一次训练场景。当时屋子里大概有十个人，大家在各自的工作岗位上忙了一天，都很累、很烦躁了。我们这个小组的成员背景丰富：一个拥有一家大广告社，另一个拥有一家生产企业，还有几个是大公司里的高级经理。

那天晚上，我的朋友约翰正在准备第二天就要发表的一个重要陈述，他是一家顶级制衣公司的老板兼销售经理。约翰站到了我们一群人面前，开始了自己的陈述。坦白地讲，他的陈述很枯燥，毫无亮点，而且很显然准备得不够充分。

才一两分钟的时间，屋里的销售狗就活跃起来了，其中的一个高级经理开始发难。“这是在说什么呢？”另一个也跟着说了一句：“太无聊了。”这时又有一个人很粗暴地插了一句：“你根本不知道自己在说什么。”

约翰显然慌了神，但是值得表扬的是他仍在继续。他的声音更大了，底气更足了，也更激动了，但是他表达的内容还是一样无聊。这一切只能使我们其他几个人对他进行更猛烈的攻击。

（我们是很残忍的一群家伙，比任何目标客户都刻薄，甚至超出了他们的想像。）

最后，约翰实在是忍无可忍了，他迅速把自己的笔记收起来，向门口冲过去。“我才不管你们怎么想呢。”他说：“这是我的陈述，我要按我的想法去做！”

当他朝门口冲去的时候，我们大家发出了一片嘘声。但是，



在他走出房门之前，卡尔，一家国际会计公司的高级合伙人，一个身高六英尺以上、体重 250 多磅的家伙把他拦在了门口。“除非你能从我身上跨过去，否则你休想不听我们的建议，不作任何改正，就这么一走了之了。”

屋子里死一般寂静。没有人说话。

约翰停了下来，他盯着卡尔看了看，又回头看了看我们，随即放声大笑起来。“我是在开玩笑呢。”他说道。于是大家都欢呼起来，而约翰又回到了自己的位子上重新做陈述。

接着我们和他一起探讨，直到他把讲稿梳理得非常艺术。第二天，他的听众完全被征服了。信不信由你，约翰现在是一名畅销书作家，还成了世界知名的激励大师。对我们所有人来说，这些经历真的能让我们脱胎换骨。

但有趣的是，不管别人的攻击有多恶毒，当你听过一定的次数后，就会感觉一切都很平常了。你只要轻快地忽略过去，面对下一个问题或者下一项内容就可以了。但最棒的就是，过去你的心会“扑通扑通”跳得很响，连自己说话的声音都听不清楚，而且还会汗流浹背，但现在这一切都不复存在了。

这些训练非常关键，我现在还一直坚持做这种训练，要么对着镜子自己做，要么对着我的妻子——她是主动请缨的。在她看来，把我撕成碎片相当好玩！

我发现，勤于训练的人的销售业绩会明显上升，因为当他们真的要面对一个很挑剔的客户时，一切都没有什么大不了的！

狗的头脑很简单，它们的世界里只有本能、忠诚和回报。人类就相对复杂了，但是我们仍然具有同样原始的简单性。事实上，最近的研究结果表明，当我们看到了威胁时，我们的大脑总会挂上“低挡”，从高级的逻辑思维区域调低到情绪化、控制记

忆、甚至主管逃生的那部分低级区域里去。

这样一来，逻辑和理智就几乎不可能存在了，因为我们的逻辑思维程序在神经系统的运行中，已经被大脑内部主管情绪和逃生的那部分区域所覆盖了。

大部分销售培训理念都强调，销售人员千万不要摆出防御姿态。常识告诉你，一个人一旦处于防御状态，他所要做的一切就是避开目标客户。这是一个很了不起的建议。不过，防御是人们在遭遇拒绝或批评时所产生的的一种自然的心理状态。你怎样才能克服它呢？

答案就是，你要对自己的思维进行系统地复原。最主要的是，你需要重新设定你的反应。你很清楚自己通常得到的教导都是：批评不过是一种展开进一步讨论、获得深一层澄清或理解的途径。但是如果不对你的反应进行重新训练，你将永远也无法控制自己的情绪，只能听任它吞噬你的逻辑和理智。

注意：恰恰相反的是，当狗察觉到威胁时，它们要么出于好奇心给闻了出来，要么就把牙呲出来进行自卫。（一只好的销售狗应该选择好奇的反应。这时你就要把你的比特狗栓牢，时不时拽它们一下，和它们的天性作点斗争。）

曾经有多少次有人指着你的鼻子让你走开，或者把你的激情碾得粉碎？你还记得自己当时的感觉吗？怒火中烧、汗流满面、闷闷不乐，恨不得自己能痛快、机智甚至是不留情面地予以回应。可现实中，你很可能站在那里，默默地接受这一切，嘟哝着一些软弱无力的回答，或者是怒气冲冲地走开，要不就夹着尾巴忍气吞声地离去。接着，几个小时以后，你终于想出了一个绝妙的应对办法！要是销售过程中也有一个“后退键”该多好啊，那你就又有机会了。当你面对目标客户的批评意见，需要作出绝妙的答



复时，它们在哪儿呢？事实是，这些答复一直都在那里，不过是那一堆情绪化反应把它们束缚住了。

记住，批评不是问题的所在。问题是批评促使你产生了情绪化的反应，使你的思路不再清晰。而实际的情况会更复杂，因为与此同时，你还会把一切视为一种个人的失败，在心灵上留下了一道伤痕。

同样，要想克服这种典型的情绪崩溃，方法就是在模拟训练环境中反复对批评作出反应。一旦你恰当地调整了情绪，不再那么敏感了，那么当真正的批评意见向你袭来的时候，你就能够轻松地把它抖落在一边，甚至会在心里窃笑道：“这个我已经听过了！”于是，你就可以继续搜索、询问、刺探、追逐，发挥所有出色的销售狗都具备的那种无所不在的好奇心。

我们能够从犬类朋友那里学到的一个关键本领就是，不管你多少次让它们走开，多少次拒绝它们的请求，不让它们凑到你的膝前，不给它们任何爱抚，它们都永远不会放弃，而且也永远不会往心里去！

“城市生活保险”和一组心理学家组织研究了一次针对成千上万名销售人员的内部心理对话调查。他们发现，这些推销员当中有相当一部分人很擅长应对拒绝，我们在第 10 章中对此有所描述。他们是这样理解拒绝的，拒绝是：

1. 一次具体的、和其他事物不相关的意外事件。
2. 和他们生活中的其他方面没有任何联系。
3. 是由外部因素造成的，比如时间、目标客户的情绪或者目标客户所面临的问题。

调查中另有一些人对拒绝的反应则截然不同。他们把它视为

一种消极模式，是生活中其他消极事情的一种反映。他们在调查中声称，自己天生就存在一些问题，所以导致了这些负面结果。对比两组销售人员的销售业绩，其结果令人震惊：

第一组的销售业绩比第二组持续高出 34%。



骨头：销售狗已经找到了一种途径，在拨打推销电话之前对某些心理倾向进行测试，如果有必要的话则进行修正。(欲参阅有关的能力测试，请登录 www.salesdogs.com。)



有一些狗因为曾经挨过打、受过虐待，所以自信心很低。你刚一举起手，它们就蜷缩起来，以为自己又要遭受攻击了。不过，就连这些狗都会一次次转回身来，恳求你的爱抚。我不相信狗能抓住它们追赶的猫，但我也从没看到有哪只狗在追赶无果时会瘫在地上，用爪子捂着眼睛，为自己的蒙羞而哀鸣。相反，它们耷拉着舌头，口水淌了一地，已经再次准备就绪，要继续追逐了。

首先要记住：千万、永远也别让批评和拒绝往心里去。如果在销售中遭遇这种境况，一定要把责任推卸到别处去。

我当然不是说你不应该为自己的行为后果负责。我所说的这些并不意味着你可以无所顾忌地对外界因素横加指责，或是凭空想像自己是遭人阴谋陷害等子虚乌有的那一套。我只是想说，承担责任并不意味着你要把自己的头硬往墙上撞，而是不要让消极的销售事件恶化，演变成一种针对整个生活的消极理念。

不要忘记，销售人员每天都在公司的支持下从早到晚地冲锋



在最前线。如果一颗手榴弹滚到了散兵坑里，你应该怎么办呢？是把它拿在自己手里、分析它为什么会出现在这里吗？不。快把它扔掉！

你应该从这次遭遇中学习，这样你就不会再遭受一次袭击了。但是，不要傻坐在那里盯着它看，眼看它在你面前爆炸。

你必须从自己的经历中汲取经验，然后开始确立能使自己获胜的行为法则与模式，让自己在将来变得更成功。你会发现很多趋势，比如“周一下午是给公司主管打电话的好时候”，或者“重要的是要确保在重要的演说场合，所有的决策人员都要到场”，还有“演示要短小精悍，否则你的目标客户将对你失去兴趣”。

我强烈建议你从销售狗培训软件包中接受批评意见，和你的同事及朋友一起，或者你一个人单独反复练习。最初是否回答他们并不重要。你只要听他们说，然后说一句“谢谢你”就行了，直到你能够很自然地、不带一点感情色彩地把这句话说出来。

接下来，要开始培养自己对质疑与批评作出理性的、有逻辑性的答复。你将惊讶地发现，同一个问题竟然可以有那么多生动的答复方法。最初你可以使用快速思维法，我们在前面对此有所探讨。带着这种思维方式走入现场，你会感觉自己全副武装，甚至发现自己开始盼望着听到你最想听到的批评！你将永远能够活跃在狩猎场上，而且永远也不用跑去寻找掩护。

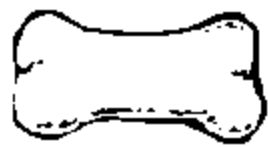
接受批评时的最好反应就是，在批评之后紧接着提出一些很好的、诚恳的、试探性的问题。如果你直截了当地给予答复，或通过提问给目标客户设下圈套，来迫使他同意你的观点，那你只能促使目标客户远离你的身边！千万不要把一切演变成一场你和目标客户之间的竞赛！正确的做法应该是温和地把目标客户带到

某一点上，在这一点上允许你来帮助他。

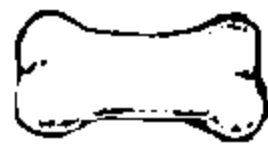
一旦你成功地学会了如何保持镇定和头脑清晰，你就能实现进一步的自我发展。你要通过提问去获取更多的信息、作出更多的澄清和界定，最终达到上述境界。

首先，面对批评永远都要说“谢谢你”，然后把批评的话重复一遍，以表明你确实认真听了，而且也确实听明白了。“如果我没听错的话，我想你的意思是说安装的时间对整个项目最为重要，对吗？”

这表明你理解了客户的意思。如果他对你的复述没有异议，那就接着提问，用更多的问题进一步了解他关心的究竟是什么。要诚恳，避免提出一些引导性的、诸如“为什么”之类的问题。你的目的不是要证明他的无知，而是要对眼下的问题有一个清楚的认识。



骨头：永远也不要试图诱导或引导一个目标客户与你保持一致意见，尤其是在对方提出批评意见之后。记住，这可不是下国际象棋！



大部分销售人员都试图把批评扭转过来，想从客户那里马上听到赞同的话。这种笨拙的引导方式只能让任何稍有智商的人感到愤怒。要清醒地明白“但是”和“如果”这些字眼的含义，如果你在对方提出批评之后马上就用上了这些表达方式，那你的目标客户会感觉你要么是在试图争辩，（“我明白，但是……”）要么是想迫使他承认某些事实。（“如果我告诉你……”）你的提问



应该针对他为什么会存在这些特殊问题，你的提问方式要表现出你的诚意和恳切的态度。

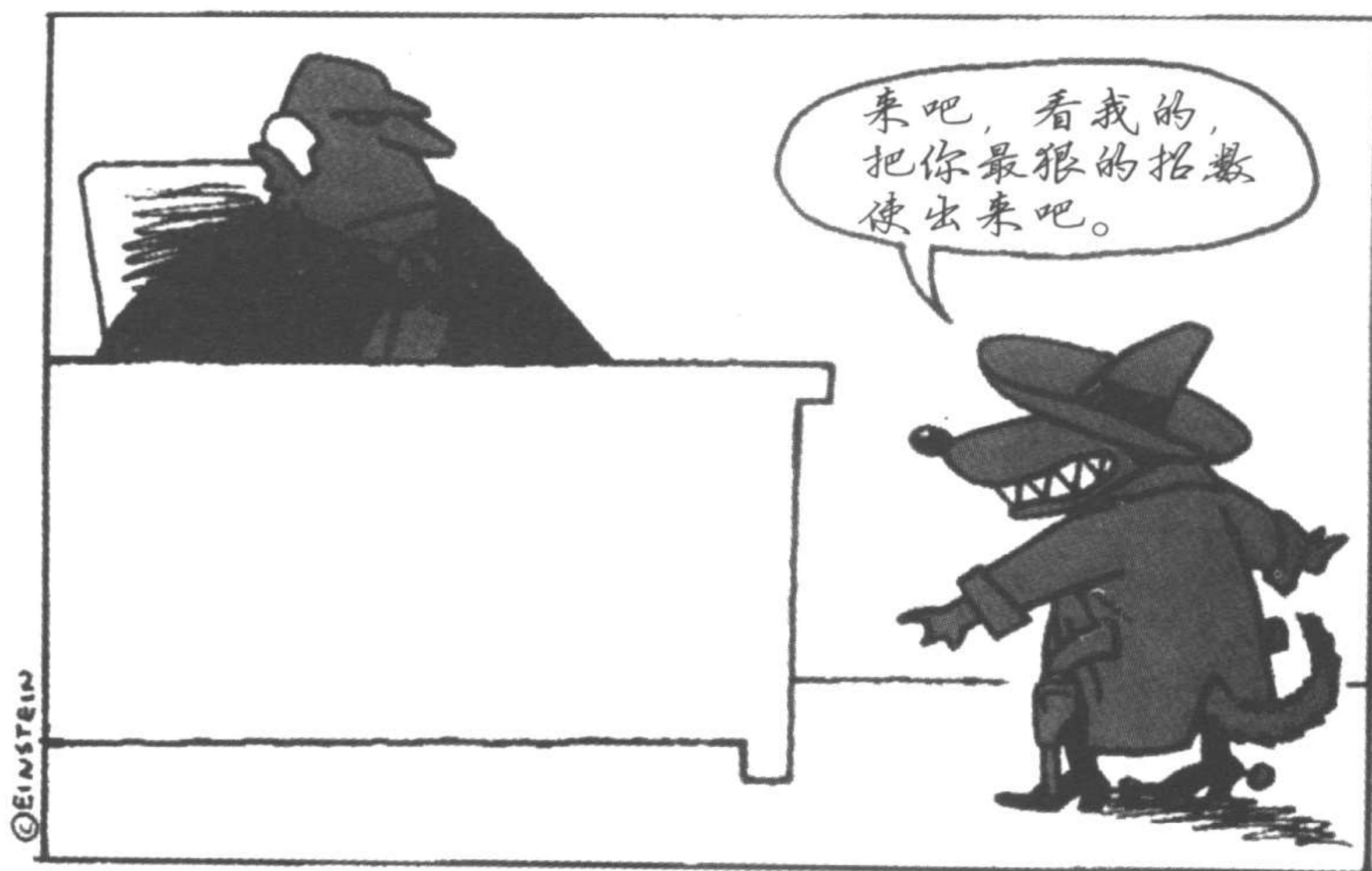
另一个小提示：每只销售狗都有自己的天敌。一些比特狗一看到小动物就紧张，或者只喜欢男性的同伴；有许多狮子狗一看到大狗就胆战心惊；那些大型动物和奇怪的声音能把巴吉度狗吓破了胆。想让狗克服对其他同类的恐惧心理，有一个办法就是制造机会，让他们在没有威胁的非销售状态下暴露在他们的天敌面前。

对有的销售狗来说，年纪较大、两鬓斑白、一脸深沉、看上去很有权威的白人男子就是恐惧的化身；有的害怕见到好斗的女性目标客户；还有的年纪较大的销售狗甚至对那些年轻气盛、傲气十足的小狗颇有点发怵。去模拟并经历各种不同的场景，直至去模拟能让你内心产生最大恐惧感的那种场景。然后一次次练习如何面对批评意见，想像着你最大的天敌正在冲你大吼大叫地斥责你。

我过去真的曾经特别害怕那种典型的高级执行官，灰色头发，身高大概六英尺多，戴着深色的框架眼镜，看上去很不耐烦。面对这样的目标客户时，我总是紧张得前言不搭后语。我过去向机构的高层人员做推销的能力很让人沮丧，而且很少有成功的，直到我彻底摆脱了对这些人士的恐惧感，局面才得以扭转。

当我开始主持座谈会时，似乎有越来越多的人出现在我面前，对我形成了挑战。我知道我必须解决它，因此我没有回避他们的问题，而是开始练习如何去答复这些问题。我的调查研究远远超出了他们的，这样我就敢肯定他们永远也别想打败我。当问题出现的时候，我早已准备就绪了。

最重要的是，我在头脑中形成了一种比特狗——克林特·伊



斯特伍德式的心态，我的潜意识会默念道：“来吧……开始吧……让我露一手给你们看看！”因为我的脑子里已经准备了大量的“弹药”——这些知识和见解是我早就准备好了以防不时之需的。因为我曾经演练过许多次了，所以那些灰头发、戴深边眼镜的面孔已经失去了它们对我的情绪的主要影响力。我能够保持思路清晰，因为我在情绪上已经有所准备了。

应对批评的最后一个提示：多年前我曾经历了一次痛苦的离异。原因有很多，但是最主要的一个就是，我们两人都不知道该如何处理婚姻中的冲突。每当冲突出现时，我们就忽视它的存在，把它掖在毯子底下，或者藏在柜橱里。我们总是小心翼翼地确保一切都“再好不过”。问题是，真正的矛盾冲突一次次被忽视或隐藏，于是到了一定的程度，它就会呼啸着反扑过来，其破坏力足以导致天崩地裂，没有人能抵挡得了了。逃避拒绝使我最终要面对最惨痛的拒绝。



后来我接受了如何应付批评和拒绝的训练，学会了如何避免情绪失控，这些培训给了我更多的勇气去处理矛盾冲突。我不是说现在就一定能完全控制住自己的情绪，我偶尔仍然会有情绪失控、痛苦低落的时候。

但是，我现在可以更客观地看待问题，能够很快恢复过来。而这带给我的远远不止口袋里的金钱，它更让我拥有了丰富的人际关系，与世界上一些最有权力、最有活力的人建立了良好的私交。最重要的是，它使我拥有了和妻子艾琳之间那种梦寐以求的默契关系。如果你从这本书中学不到什么其他东西，那就把这个学到手吧！

14



看门狗与猪

许多纯种的销售狗有时候会在凶猛的看门狗的威吓之下胆怯起来。这些狗十分凶猛，专门负责护卫主人的时间与精力，对打给主人的电话进行“屏蔽”，是名副其实的门神。

在有关销售的资料中，如何智斗守门人可能是最热门的话题之一——这里有上千种窍门和绝妙的招术，能帮你找到聪明的办法绕过这些个体，来到决策者面前。

问题在于，这些罗特韦尔犬和杜伯曼犬有着强烈的防守意识和护卫意识，他们大多已经听说了那些暴露在阳光下的每一个窍门，而且他们也太聪明了，很少会落入这些圈套之中。

没有一只狗会在大脑清醒的时候去攻击一只守在大门口、重达 125 磅的德国牧羊犬。你可以扔给他一块掺了安眠药的牛排，但是和他交个朋友岂不是更轻松吗？

你推得越使劲，他们就会变得越强硬。让我们来学学梅尔·吉布森在电影中的表现吧。在《致命武器 III》当中，梅尔突然在一条狭窄的走廊里遇到了一只罗特韦尔犬。面对着要把自己当成

晚餐的对手，他的选择堪称迄今为止最成功的推销。他趴在地上，转动着一双大眼睛，开始像一只小狗那样低声呜咽起来。几秒钟过后，他不仅没有被撕成碎片，他的攻击者反倒成了他最好的伙伴，舔着他的脸，蹭着他的脖子，和他亲密无间。

我不知道这种办法对一只真正的罗特韦尔犬是不是也能奏效，我也并不真想去验证一下这种做法！但是，其中的理念是颇有道理的。和看门狗交朋友，让他们健壮的体格和坚忍不拔的精神为你所用，而不是被用来对付你。和他们平起平坐，用他们能够理解的方式与之交流。

看门狗一开始提出的问题往往很程式化：“我负责接听某某的电话。你有什么事情吗？”这时不要用打发下人的口气回答他们的问题，而要说：“太好了！我来跟你说说我的产品吧。”或者，“让我和你说说我想了解你们公司的哪些情况吧。”要友好、谦逊、亲切——不要在守门人面前表现出居高临下的姿态。

你对待他们要像对待决策者一样。我们在参加销售培训时会经常听到这样的话，“不要在决策者之外的任何人身上浪费时间。”有时候这完全是废话，因为在那个时候，那个私人助理就是真正的决策人——他或她的想法将决定你是否能跨越这第一道门槛。对他们要尊重、诚恳，这样你才有可能很快听到以下的答复：“哦，这件事情你得和某某谈谈，他比我更了解情况。”

如果你能成功地做到这一点，那你就找到了一个很好的内应和推荐人。你要对他们透露一定的信息，这样才能与之交上朋友。建立亲和的关系永远也不是浪费时间，今后你必将从中受益。



骨头：我在公司销售中学会了“向客户的秘书表示敬意”。记住他们的名字和需求，记住只要有可能就要随时向他们表示感谢。他们可以成为你最大的盟友，也可以成为你最大的梦魇。



接下来的是猪。

狗在小时候能把你扔出去的任何东西都拾回来。长大一点以后，它们会更介意自己的爪子到底要沾上些什么东西。销售狗也是如此。

要判断一个目标客户究竟是“观望者”、“初次购买者”还是一个非常有诚意的目标客户，这需要一定的能力，而这种能力来自于经验。我在自己的工作经历以及和所有这些出色的销售人员的交谈中发现，我们当中没有一个人在狩猎过程中是置身于事外的。你永远也不知道对方的意见是什么，除非你开始发问。不要在最初花费大量时间去学习如何估算一笔交易的价值，这完全是一种浪费。另外，它还排斥了非常有价值的、面对面的学习机会，而你必须在工作过程中把握这些机会。

不过，有一种动物是所有有经验的狗都应该学会回避的，那就是猪！事实上，猪在所有的牲畜中被公认为最聪明的一个，虽然它们从不讲究卫生，也没有什么幽默感。猪的优势在于，除了非常聪明之外，它们还非常“猪头猪脑”。

当我还是个孩子的时候，我们家的农场里养了两只德国牧羊犬。它们会和农场里的每一种牲畜待在一起，追赶它们或者和它



们一起玩耍，只有猪除外。猪是惟一一种拒绝游戏的牲畜：它们要做的所有事情无非就是打呼噜和四处晃荡。如果狗真的试图让它们玩起游戏来，猪会觉得很烦，弄不好会突然转过身来袭击狗。你见过这样的目标客户或这样的人吗？

我的祖父曾经对我讲过一句俗话，多年来，我的朋友和我在销售工作中以及教学中常常拿这句老话来说笑，这句话当中蕴涵着相当的智慧。你可能也听说过这句俗语——“不要教猪唱歌，因为这会让猪烦躁不堪，何况猪也唱不出什么调调来。”

猪有这样一种特性，在不可辩驳的理由、逻辑和个人利益面前，他偏偏要哼着鼻子、打着呼噜与你争辩和交战。他们不想听，当然也不想购买。他们只想在自己的泥坑里打滚，他们希望你走近他们，这样他们就可以通过和你的对抗给自己找个理由，心安理得地继续待在消极和脏乱之中。

有句俗话说，“顾客永远是对的。”我倒觉得要让这句话更有道理，就得把它改成：“正确的顾客永远是正确的。”换句话说，有的人不管你做什么、说什么、提供什么，他就是要做猪。他们不想合作，不想同意，更不想跟着你唱歌！他们想做的无非就是挑战你、冒犯你、纠缠你。不要浪费你的时间了！天知道我的生活中有多少时间都浪费在试图说服一只猪上面，而他很可能更想自己单独待着。

有的人就不应该去理他。好的销售狗能一眼识别出眼前的人是不是一只“猪”。我的朋友罗伯特·T·清崎喜欢说的一句话就是：“如果你花时间和一个白痴争论不休，那世上就又多了一个白痴！”



15



狩猎!

——销售狗的“蹭蹭”周旋套路

无论是一只金毛猎狗、比特狗、狮子狗、吉娃娃、巴吉度猎狗，还是这几种爱使性子的小狗的混合品种，每一只狗都必须遵循同样的公式才能取得成功的销售业绩。惟一的不同之处不过是，在实施该公式时他们会表现出不同的风格、采用不同的方式。

在我从事销售、与那些出色的销售人员共事的这些年里，我发现销售过程基本上是非常简单的。在这本书中，我试图打破有关销售的一些神话，给你提供一些深刻的认识和个中秘密，而这些都是我花费了很多年的时间才发现的。没有人愿意把这样的信息拿出来与人分享，因为这些通常都是用数不清的血汗和泪水换来的!

我已经给你介绍了关键的思维方式和一些类似于捷径的技巧，它们能提高你的工作效率，让你找到你想要的那一桶金。不要在其他事情上浪费太多的时间。如果你的思维方式正确，那么就可以接着学习下面的内容了。

你是否见过这样的场景，主人把一只小猎狗拴在灯柱上，花两分钟的时间走进当地的选号站去买彩票，而此时这只小狗自己在不停地绕圈子，一股脑地向前冲，绳圈眼看就要被拽断了。

我们作为销售狗也恰恰如此，运用每一种无坚不摧的销售理论、策略和体系，打造出一个亢奋的、充满期待的市场。

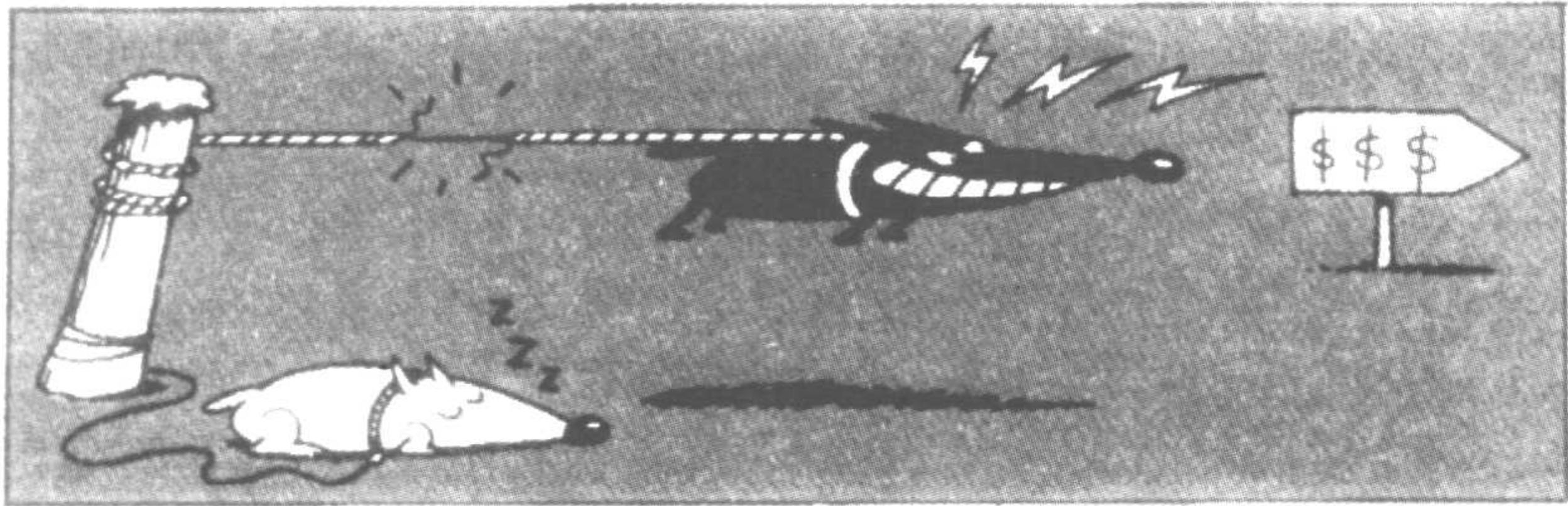
直接销售没有任何复杂之处，一切都可以归结于三个基本组成部分：

- 目标客户。
- 约见——电话约见或当面约见。
- 作好安排（成交）。

赢得目标客户

这不过是一场游戏，一场简单而有趣的游戏，并不是对你的自身价值或智商的检测。

一只狗拿到球的时候会追逐公园里的每一个人，直到有人同意把球给它扔出去。它们知道总会有那么一个人愿意把球扔出去的，问题不在于是否会有这样一个人，而是什么时候才能找到这么一个人。作为一只销售狗，你必须保持同样的心态。





大骨头：销售纯粹是一种精力的较量。当两个人在销售场合下相遇，精力最旺盛的那个就是胜者！



估量还是不估量，这是个问题

至于你是否应该花时间去估量一笔尚未开局的交易潜藏着多大价值，人们已经谈论得太多了。和直接询问每个人的态度相比，花时间去确定他们是否会对你的产品或服务感兴趣会更有价值吗？我不认为你应该在刚开始的时候就去考虑对目标客户进行估量，主要有如下四个原因：

1. 销售是一场精力的较量——你付出的还会回到你手中。所以，从激发精力的角度上看，走过去和人们直接交谈更有价值。
2. 你有可能犯错误。你也许认为自己的产品显然对目标客户X来说没有什么用处，但是你不能肯定，而且他或她了解的东西也是你所不了解的。很可能他或她的一个朋友恰巧正在疯狂地寻找你的这种产品，却哪儿都找不到。而对此，你是无法了解到的。
3. 这有助于你对拒绝采取不太敏感的态度，而且你还可以利用一个相对而言不是很重要的客户，来练习自己面对批评意见时的表现。
4. 若想确认某人是否对你的产品感兴趣，最有效的方法就是



走过去直接问问他或她！

你要把“是”作为自己的座右铭，对任何事物都说“是”。是的，你要去参加派对；是的，你要给某人的朋友打电话；是的，你要主动帮助一个同事或朋友。你要做的就是与任何人保持联络，哪怕他们对你的产品或服务只表现出了那么一丁点兴趣。你不在乎他们是喜欢你还是讨厌你，是有钱还是没钱，只要能来到他们面前就行了。开局的机会无处不在，一通电话、一个朋友的朋友、翻开电话簿随意拨打一通电话、进行一番电话扫射——方式并不重要。

第一步

你永远也不要和不知道你是谁的人交谈。除非你已经和每一个知道你的人都谈过话了，否则永远也不要和不知道你的人交谈！你应该去见那些经人推荐给你的人，或者那些对你的市场营销资料有所回应的人。

记住，所有的市场营销资料——邮件、传真、广告或网页都必须包括一种服务，能促使人们做出回应并询问更多的信息。你可以在主页上打出标题，提供免费注册报告，或者在推销信件中为月底以前回复的人提供价值 250 美元的免费咨询，怎么样？发挥你的想像力吧。

赢得目标客户是一种通过联络激发兴致的艺术。总有某个人认识另一个人。看看年度报告、商务期刊、商业目录、新闻报导和杂志，在那上面搜集名字、发放问卷。还可以从其他公司的名单目录上购买目标客户的联系方式，或者寻找其他能从你这里获利的地方，为他们的客户提供你的产品或服务，将他们的客户变

成你的目标客户。我在使用他人的数据库时，如果对方的客户与我成交了，那我通常就会给提供者一部分回扣。如果你是比特狗，你可以走出去在对方毫无准备的情况下做推销。至于我自己，我从狮子狗那里学到了一点，那就是寻找目标客户完全在于联络。你认识的人中谁认识的人非常多？问问他们，在他们看来谁有可能对你的产品、服务或你提供的机遇感兴趣？和过去的用户、顾客和朋友谈谈，向任何人、每一个人寻找开局的机会。这样，雪球就开始滚动起来了。这是一个很简单过程：找到一个或多个富含开局机会的源头，给这些人提供一种服务，然后看谁举手索要更多的信息，那么这些人就是你的目标客户。其余的借助推荐也都将成为你的目标客户。

第二步

用你感觉最舒服的任何一种方式与目标客户建立最初的联系。每一种销售狗都倾向于一种特殊的交流方法。金毛猎狗和巴吉度猎狗倾向于使用介绍信，因为这相对而言不太突兀，也比较随意。吉娃娃喜欢电子邮件的速度和科技含量，而狮子狗则偏爱面对面的接触，因为这样他们就可以闪亮登场了。但是如果不可能当面接触的话，那就选择制作精美的小册子和工艺考究的销售信件——一切都在于形象和第一印象。

大多数一对一的销售都是从电话开始的。如果你具有比特狗的特质，那推销电话难不倒你，但是对其他品种的销售狗来说，很可能要在最初的介绍后、发出营销材料后，以及经人推荐后才会拨打这样的电话，也就是说，它只被用做第二阶段的联络方式。在经过最初的接触后，接着就是打电话给目标客户：



1. 感谢他们所付出的时间，向他们保证你不会占用他们太多的时间，接着介绍你自己以及你推销的产品或服务。
2. 感谢他们所付出的时间，向他们保证你不会占用他们太多的时间，接着问他们是否收到了你寄给他们的介绍材料，询问他们是否有任何疑问。
3. 感谢他们所付出的时间，向他们保证你不会占用他们太多的时间，接着提出，你可以为他们提供更多有关该产品及服务的信息、细节或详情。

记住：要一直保持礼貌和热情，不要说得太多。问他们能否找一个最合适的时间见面，先预约一下。如果他们一时无法定时间，就主动提出一两个碰面时间。你打这通电话的目的很简单，就是要约好时间和他们见面。

如果你是通过电话来完成推销的，那你就要问问对方，你提议的这个时间是否合适，或者另一个时间会不会更适合，然后把它确定下来。永远要努力让目标客户允许你在一个特定的时间之内再和他们联系。这样你就得到了对方的许可，可以保持你们之间的沟通渠道畅通无阻。

在最初的电话联系过后，构思出一封短笺，感谢目标客户抽出了一定的时间接听你的电话，并告诉他们，你盼望着在某个具体的时间和地点与他们会面，告诉他们如果有什么问题可以随时给你打电话。但是最重要的是，要对他们的兴趣和他们所付出的时间表示感谢。（你应该习惯于在每次和人打交道以后都发出致谢信。）如果成本问题需要考虑，或者你有成千上万个目标客户的话，那可以通过电子邮件发送感谢信，这样就可以降低成本了。

第三步

如果你还没有做市场调查，那你就要赶快行动了。必须尽一切可能了解你的目标客户，了解他们的企业、所在行业，以及他们最初是如何获取信息的。配备了这些信息之后，你将更有信心，并可以向目标客户证明你对待他们的态度是很严肃认真的，而且你投入了一定的时间去了解他们的需求。

提前准备你想让目标客户回答的问题，并制作一个目录。如果你以前从没有过这样的经历，那你要事先预演一下。可以和一个同事把这些问题过一遍，你的同事甚至可能还会问你一些问题，或者提出一些批评意见，这样一来，如果你在现场碰到了类似问题时就能有备无患了。于是，当目标客户真的提出了一些很简单的问题时，你不会表现出惊讶或是脸红。

另一个重要的问题是，你要知道你在和谁说话。你要迅速判断出即将和你交谈的这个人是一个什么样的人。大多数销售人员都忽略了这一点，而这可能是致命的错误。如果你用自己的语言、从你自己的角度和目标客户交谈，那你们可能很容易陷入这样的局面，就是你们彼此根本没有真正沟通过，而你还不明白怎么会这样！

目标客户也是各有各的类型，每一个类型都有自己的典型特点，对此你应该有所了解，并要留心对待。一旦你认定了对方是属于哪个类型的，你就要用他们的风格来交流——这样你们双方才能够用同样的语言对话。

如果你的目标客户是一只——



比特狗：

- 他很可能有强烈的控制欲，态度生硬，一切为了直接利益，所以你说话要快、要说到点子上。
- 他可能不需要太多的社交活动。
- 你的提议要言简意赅。
- 把事情和他的直接利益挂钩。
- 不要顾左右而言他。
- 采取下一步骤前要征询他的意见。
- 突出强调将要面临的重点情况。
- 细节内容点到为止。

吉娃娃：

- 他做事总是围绕细节、喜欢钻研。
- 提供所有的证据材料，包括事实和数据。
- 对吉娃娃来说，精确度是个关键，所以凡事都要再三过目。（不要有打印错误！）
- 需要提供良好的、有力的佐证。
- 提议要详尽。
- 从可靠来源处提供推荐材料。
- 言语清晰，一切以事实为依据。
- 他会期待看到一份计划书。

狮子狗：

- 他很在乎形象，擅长社交和交流，了解市场流行趋势。
- 要保持个人联络。

- 利用推荐人。
- 列出他靠形象得到的好处。
- 他需要向其他什么人述职吗？
- 你是否是第一个出现在社区里的该产品或服务的推销人，这可能很重要。（被视为革新者。）
- 赞赏他们的所作所为。
- 征询他们的意见。

金毛猎狗：

- 他对服务很敏感，而且很友好。
- 注重售后服务支持。
- 自始至终的陪伴很重要。
- 要友好，加强个人关系，征询他的个人意见。
- 要从长远打算入手来谈问题。
- 售后才是工作的真正开始。
- 主动尽你所能为他服务。
- 寻找推荐人。
- 他会期待看到你的计划书。

巴吉度猎狗：

- 他非常喜欢一对一的交往，一切以价值为中心，希望建立个人联系。
- 询问他的需求。
- 强调忠诚、服务、信誉和价值。
- 在他身上投入一定的时间。
- 站在他这一边。



- 对他的处境表示同情。
- 表示卑微。

当目标客户一旦开始说话的时候，你就要开始从身体上、心理上和情绪上对他们进行观察，这一点非常重要。巧妙地模仿他们的身体语言。换句话说，如果他们双手交叉，你也可以双手交叉；如果他们跷起了二郎腿，你也跷一跷二郎腿；如果他们上身前倾，你也不妨上身前倾。不过不要太露骨了，这么做只是让你下意识地开始和这个正在与你交谈的人建立一种亲和的关系。

如果他们语速很快，而且夹杂了很多的手势，那他们可能是非常喜欢形象思维的人。所以当你和他们说话时，你就应该从图片、影像或构图的角度来与他们交谈。问问他们是否可以“看到”你正在讲述的东西。

如果他们说话很慢，语调平淡，似乎每说一句话都要思考一番，那么他们可能是一个肌肉运动知觉的人（以感受为主）。当你和这些人交谈时，你也必须放慢语速，语调尽可能平淡。更重要的是，要从他们对这个项目会有怎样的感觉入手来谈你要谈的问题。问问他们是否能对你的话产生一种意识。让他们信任自己的感觉或直觉，跟着感觉走。这些暗示可以帮助你更清楚地和这种人进行交流，让他们了解你试图说明的问题。

还有第三类的目标客户，即我们所谓的听觉类。这些目标客户说起话来像唱歌一样。此时，你最理想的表述应该是：“听上去让他们感觉很好。”这种人一般是少数，不过和他们在一起的时候，你应该多用诸如“听”、“听到”、“敲响”、“听上去不错吧”之类的用语。

之所以要这样做，是因为这些表达方式将在你和谈话的那个

人之间构筑一种下意识或无意识的亲和关系。如果你只是在电话里和他说话，那你最好站着和他们交谈，或者边走边说，最好还戴着耳机。这会给你更充沛的精力来阐述你要说的东西，而且电话另一端的人很可能也能感受到你这种充沛的精力。它能让你的头脑更加清晰，而且尽管你和这个正在与你交谈的人没有目光上的交流，但是它能帮助你从视觉或肌肉运动知觉的角度来说话。你甚至可以考虑在自己的桌子上放一面镜子，这样你就可以在任何一次特定的电话交谈中随时看到自己的表现。如果你绷着脸，我敢向你保证，你传递到电话另一端的也会是同样的情绪。

我们当年做货运生意时，必须着手提供大量的客户服务，尤其要和一些经常表示不满的人打交道。由于我们的业务对时间要求十分严格，我们会面临很多服务不到位的可能性。我们所有的客服人员的桌子上都有一面镜子，用来提醒他们要时时保持旺盛的精力、要笑口常开。你一眼就能看出是不是有货车没能及时送货，因为你能看到至少有三四个人正戴着耳机来回踱步，眼睛不停地看着镜子，以免自己产生沮丧、挑衅或挫败的情绪。这种做法具有神奇的效果。

争取目标客户的最后陈词

在面对目标客户的舞台上，重要的是你的行动和你的精力。精力越充沛，战果也就越理想。你可以利用我们在前几章讨论过的心态技巧，让自己的精力长时间地保持旺盛。

这一点很有趣：一旦你开始采取行动打造旺盛的精力，你会发现如此投入，以至于精力自然而然地就来了，而且势不可挡。突然之间，大家都开始找你咨询，给你打电话，想知道你所了解的信息，想和你交谈，想向你“抛绣球”。



当你需要指导一个销售团队时，你要做的就是让他们吃饱吃好，然后就让他们去打电话、跑市场，像野外的销售狗一样。不要担心其他的事情，包括销售在内。

我那 68 次的推销经历就是一个经典的实例。我没有试图推销任何东西，我不过是让自己成为一只销售狗。在经过这样一场出击后，我什么也没卖出去，只得到了一次预约机会，但是第二天，我就做成了一笔交易，而且六个电话中有三个实现了预约！这完全归功于我的精力。

从一个办公室跑到另一个办公室，这听起来也许有一点比特狗的意思，只是有一点而已，整个这个过程更多地在于释放精力。你可以试试，哪怕觉得这么做实在别扭也没什么，你完全可以用任何一种让你感觉最舒适的方式和尽可能多的人交流及谈话，因为之所以要采取这种行动，并不是要走街串巷地和办公室经理搭话，而是要释放精力。通过营销释放精力，通过服务释放精力，通过交友释放精力，通过散发数据资料释放精力——不管怎么样，去行动吧！释放精力有两个目的：得到很多客户，得到很多预约。

预 约

一旦你的鞭策激发了目标客户的兴致和精力，那么接下来一定要提出预约或者承诺再次联系。在你和他们建立联系的过程中，这是至关重要的一步。要想让你的预约最终能成功地促成一次销售，你要遵循以下几个步骤。

第四步

在约定会面或约好电话联系的那一天，你要确保按以下方式作好准备：

- 装扮得体、衣着得体。即使你所有的推销过程都是在电话中进行的，也不例外，因为如果你表面看上去很得体、内心感觉也良好，那么你与对方的沟通也会因此而受到好的影响。职业装扮能将你的思维调整到成功状态，你在游戏中的表现也会有所提升。记住，你留给他人的第一印象只不过是几秒钟的事情。有的人还没出门就给自己挖了个大坑。我的朋友雪莉·迈索那夫在她的著作《随意权力》中指出，衣着打扮正式得体的推销员和那些不讲究外在形象的推销员在个人销售额上的差距几乎是天文数字。作为一个定律，你的衣着打扮一定要比你的目标客户高出一个档次。在着装很随意的时候千万不要拨打推销电话。
- 利用一切必要的手段把你的情绪



和思路调整到正确的状态。换句话说，在赴约前要选择你想要的情绪。要保持兴奋、热情和快乐。如果你能做到这一点，那你此次约见取得的效果一定会反映出你的这种心态。

- 要守时。要在会面时间的基础上提前至少五分钟到达约见地点。如果你是在一周以前预约的，要在上车之前打电话确认一下。这表明了你的热情和诚意，同时也表明你是个做事情很有计划的人。

记住，如果你答应对方在一个具体的日子里回复电话，一定要信守承诺。我们当中有许多人似乎觉得电话预约没有面对面的预约那么重要，但是如果你和对方开始打交道的初期就言行不一的话，那你的目标客户如何能够相信，今后要是和你一起做生意的话，你的行为就会大有改观呢？

一旦你作出了承诺，就要说到做到。言行一致对你来说非常重要。如果临时有变动，一定要尽快通知对方。

第五步

当你前去赴约或者开始如约进行电话联系的时候，记住，要把注意力集中在你想要得到的结果上。在会面前，尝试着回忆过去自己有过的类似的成功经历。让成功的那一刻在自己的脑海中重现，让自己再次真切地体会当时的那种情绪。

当你第一次面对面地会见你的目标客户时，一定要面带微笑，一定要主动与对方握手——如果你在那里握手算是习惯性的礼节的话。（提到握手，不要太用力，也不要太无力。和目标客户握手时，力度要和对方的不相上下。如果处理不当，对方会感

到一时的不快，这对双方建立合作关系来说可不是一个良好的开端。）要等目标客户主动招呼你入座后再坐下。

如果你是在和对方进行电话联系，那微笑就显得更重要了，因为它会融入到你和对方的交流之中。

在初次谈话时，你惟一的重点就是要尽量多地了解你的目标客户：他们做什么生意，为什么做，为什么喜欢这行，他们的理想是什么，面对的挫折和问题是什么。不要试图去推销。把这段时间用来问一些间接相关的问题。哪怕他们主动问到了，也不要让自己急于推销。在你的篮子里还没有装满关于他们的一些数据和资料之前，不能轻易开始推销。先轻松一下！让自己表现出对对方的兴趣，而不是让对方对你产生兴趣——至少不是现在！如果你不得不谈谈自己，那就谈谈你和这种产品或服务打交道的经历，最好是你个人生活中的有关经历。不要在此时推销！

了不起的销售狗永远都是学生，永远都在学习了解人类的心理以及他们的肢体语言，通过模仿和学习，并利用各种其他手段帮助自己建立起亲和的人际关系。你只需花几分钟的时间，就可以浏览有关培养销售狗亲和力的软件工具包，而你得到的将是和目标客户之间的迅速沟通、理解和亲密的个人关系，不管你和客户是直接打交道，还是和他们在电话或互联网上进行沟通。

在此期间，你要提问并聆听对方的回答。最初的问题可以是：

- 你是通过什么途径了解到我们的产品或服务的？
- 你有哪些与我们的产品和服务相关的具体需求？
- 当你得知这种产品或服务的时候，它的哪些具体特点激发了你的兴趣？



在听取对方的回答时要留心获取并记住重要的信息，而且你要通过切实的方式向目标客户表明你在注意听取他们的意见。这会让他们明白，你是真正地、全心全意地关注并渴望了解他们的想法。在他们说话的时候，注意不要打断他们，不管他们刚刚说过的话让你感到多么兴奋，都不要随便插言。有很多时候，销售人员会在目标客户发表评论的过程中插进去，提出一种方案或是一个绝妙的主意，他们自以为依照对方的思路，一定会对他们提出的想法感兴趣，不要犯这样的错误。要自始至终听完对方的陈述。可能他的话中有某些地方让你兴奋不已，但是请记住，所有的目标客户都有这样的想法，那就是把他们的想法告诉你。他对你听了他的话之后有什么意见要表达根本不感兴趣，除非他说完了他必须说的话。所以，务必保持安静、注意聆听。

接着，你要继续提出一些开放式的问题（一些不能用一个词就简单答复的问题），比如为什么、什么时候、多少等。这些第二层次的问题应该涉及目标客户本人——他们的业务、他们的本质需求以及他们具体想要的是什么——如果刚才他们没有告诉你的话。换句话说，不要急于求成，要更多地了解他们的业务——如果这是一笔商业推销的话。如果你负责的是零售，那就试图更多地了解他们将如何利用你的产品或服务，尽你所能了解最多的信息。

如果你经手的是一种网络营销，那你要了解他们为什么参与其中，或者为什么对这种商机表示出兴趣，弄清楚他们究竟有哪些具体的目标。认真听取他们的想法，了解以下三点：

1. 他们的具体、切实的目标。
2. 他们对如何实施或利用该产品或服务所持有的意见。

3. 他们的心理期待。

你要了解的是他们希望得到怎样的感觉，或者如果该产品或服务满足了他们所有的期望，他们会产生怎样的感觉。这一点非常重要，因为当你开始给他们答复时，你必须以这些为标准向他们提供信息及服务。

如果目标客户只是想让你给他们介绍一下你提供的产品、服务或商机，坚持让你先说的话，你应该礼貌地表示同意，然后在提出几个简短的问题之后开始你的介绍。不过，要确保先听对方说，这一点很重要，因为它能给你充分的时间放松自己，还能使你了解目标客户的一些重要信息——他们的经历、他们的情绪、他们的需求、他们的期待、他们的身体语言以及其他许多有关他们的情况。

第六步

第一次联络的惟一结果应该是定好下一次约见的时间，届时提出意见书、草拟方案或者一个操作过程，向客户演示如何让他们实现他们对你提及的那些目标。如果你在第一次交谈中就能实现这一点，那就更好了。不过，即使第一回合没能达成交易，也不要灰心。记住，你目前的工作是建立关系。

你在第一回合中的目标实际上是双重的。第一个目标，正如我刚才提到的，是创造一个机会、预定另一次见面，或约定另一个时间为他们提出的问题提供更为详尽的答复。你的第二个目标是向他们作出一个承诺，这个承诺没有其他任何目的，无非是要证明你可以信守承诺。（当然不能把这个告诉目标客户。）你可以作出这样一些简单的承诺，如：“我后天会给你打电话，告诉



你我这边的进展情况如何。”或者：“我会在 48 小时内给你寄送一些手册和推荐信。”即使目标客户不需要这些东西，你也要创造机会向他们作出类似的承诺，然后履行。这是在他们心目中建立个人记录的开端，让他们下意识地形成一种印象，认为你是可靠的、言出必行的。此后，在你和目标客户进行的每一次交谈中都要抱有这样一个目的，那就是保证至少向他们作出一个新的承诺，以便在不久的将来能将你上一回的承诺再次兑现。

记住，好狗总是能在球被扔出去之后把它取回来，它们会一次、一次、一次、一次地把球取回来。你也必须为目标客户创造这样一个球，通过承诺把球扔出去，这样才能为他们提供某种服务。一旦你把球放在他们手中，实际上就等于替他们把球扔了出去，然后你就可以开始重新把球找回来了。这样一来，你就可以在他们的脑子里留下一种难以磨灭的印象，让他们下意识地信任你、关注你。你在他们心里留下了一种值得信任的记录，今后，当他们要在你与他人之间进行取舍时，他们就会记起你是一只言出必行的销售狗。

在此后的会晤中，你要按计划提供更多的材料，提供并演示更多的意向书，作出承诺，然后签下订单。

让我们看看弗朗辛的故事吧。弗朗辛是一个很漂亮、很有亲和力的女人，她除了待人真诚外，最大的优点就是聪明，能真诚地关注他人。

可每次弗朗辛在销售会晤后回到办公室里，她的经理都会问：“你今天做成了几笔交易？”这让她非常郁闷，尤其是当她无法满足经理的期待时。她对这份工作感到很灰心，最终离开了公司。她发誓自己再也不做推销了，而是去做一些压力不大、收入更稳定的工作。她的一个朋友建议她去面试一个销售职位，通

过电话推销互联网服务。她对此痛苦不堪，说自己再也无法重新承担起销售带来的那种压力了——尤其是电话推销。不过她反正有时间，所以就去了。她喜欢上了这种服务，而且很快就和主持面试的经理艾玛建立了很好的关系。她在面试中对艾玛说出了自己的顾虑。艾玛鼓励弗朗辛再尝试一次，她告诉弗朗辛，她每次拨打电话只有一个目标，那就是争取再一次与目标客户进行电话联系的机会。要么为他们提供更多的信息、履行自己作出的承诺，要么就是跟踪一下进展情况。艾玛知道弗朗辛是一只地地道道的金毛猎狗，非常愿意为客户提供服务，同时她也是一条巴吉度猎狗，有能力赢得别人的心。尽管弗朗辛与别人的交谈都是在电话里进行的，她还是成功地成了团队中头号的销售狗。她再也不用担心成交的问题了。她要做的就是尽可能定下次电话联系的时间和日期，就像按部就班的工作一样，然后再如约和对方联系。对弗朗辛来说，每一通电话就是一次服务的机会，每一次的电话约定都是为了建立起越来越深的关系，而成交自然成了水到渠成的事情了。

第七步

多年来，当销售给我带来些许麻烦的时候，我最爱走的就是这一步，也正是这一步，使我 20 多年来在销售行业里始终保持着第一的地位，让成吨的现金滚滚而来。我的技术助理为此恨透了我，我的商业伙伴和我共同度过了许多不眠之夜。直到今天，我有时还要为此而彻夜不眠，不过我仍然一如既往地决心走好这一步。

那就是对他们有求必应！

是的，就是这一步。这就是我所说的“魔杖”之路。“如果我能驱动魔杖，创造一个最理想的方案，提供最完美的服务、最



好的保单、最好的房子，那世界将会怎样？”我认真聆听，再问几个具体问题，然后准备提供服务。我会跑到地球的尽头为他们找到那个他们想要的球，不管它被扔到了什么地方。我会让他们随时了解我一路上所作的调查、创造、尝试和我经历的种种磨难，（还记得要保持联系的原因吧？）然后想办法找到一种途径，解决他们面临的问题。

当你向他们提出有关魔杖的问题时，客户可能会提出这样一些典型的要求：“我想要一种能彻底改变我这些经理心态的培训，让他们意识到自己是教练而不是独裁者。”“我想要我的货物每周一上午9：00前到达纽约。”“我想要找到一种获得财务自由的方式，同时又不用辞掉现有的工作。”

那些日子，我实际上就是在利用这种技巧，而且甚至把门槛又提高了，我向客户保证，如果我不能提供他们想要的服务，那他们就不必付款。我只有一次退款的经历，而那只不过是因为我自己对培训的结果不够满意。

所以，对于大部分合理的要求，总有一种解决办法。了不起的销售狗就能把这个办法找出来。有一次，我有一个朋友在找一个投资顾问和一个新的会计。他见了很多有资历的候选人，也对他们进行了面试，但总是不满意。在一次派对上，他偶然和一个年轻人提起了这个恼人的心事，而那个家伙恰好是一个会计。他很聪明地向我这个朋友提出了这样一个问题：“如果我能驱动魔杖的话，你真正想要我做出的投资策略是个什么样子？”我的朋友有点恼火，因为在那之前，所有人对他说的都是自己不能做什么。过了一会儿，他回答说：“哦，我希望能延期纳税的基础上进行投资，而最终在将来的某一天能把钱免税收回来。”那个年轻人笑了笑说：“谁不希望这样啊？”然后他很快补充到，自

己也没有把握，但他问我的朋友是否愿意在下个星期的某个时候到他的办公室面谈，届时他的一个保险业同事、一个证券投资经理和一个税务律师也将到场。我的朋友高兴极了。我不知道他是否得到了自己想要的全部东西，但是当我问起他的时候，他只是咧着嘴大笑着说：“我有一个专门的团队在处理这个问题。”在上述案例中，这个会计很聪明，虽然他自己没有解决办法，但是他无所畏惧，仍然去搜索对方想要的方案，为自己、甚至自己的几个朋友赢得了一个终生的客户。

我在 IT 业中从事销售的时候，我的技术助理经常会冲我大叫，说我们的电脑不能具备我向客户承诺的那些功能。我告诉他们，我们应该尽量想办法去做到这一点。通常我们都能找到解决办法，或者能够找到另外一个系统满足客户的需要。为此我也曾丢掉几个客户，但只是很少的几个，而且那些客户肯定也成了我的竞争对手的沉重负担，因为客户的期望值已经被我抬高了。

安排落实（完成交易）

第八步

不管是在第一次预约还是在以后的预约中，你总要面对自己需要发布信息的那个时刻。如果你已经向对方提出了问题，感觉和对方在一起很舒服，并且认为彼此之间已经建立了一些联系，那就要开始对他提出的问题进行答复了。向他解释你的产品、服务或商机将如何解决他面临的切实问题、心理问题和情绪上的问题，并注意他的反应，注意他对你的话所做出的肢体语言反应。是点头、眉毛紧锁还是双臂交叉？是在你说话的时候忙着别的工



作还是两眼发愣？

注意所有的这些身体暗示，尽快对其做出反应。当目标客户的肢体语言明显表明他们不感兴趣或者不同意你的说法时，不要错误地继续发表没完没了的演说。如果你说话的时候，你的目标客户开始去做另外的工作了，这可不是一个好兆头。你必须停下来，与目标客户确认一下你正在谈论的要点。如果你看到的是消极的肢体语言，或者感觉局面开始失控，你一定要停下来，问问客户或顾客是否理解了你说出的话，他觉得怎么样，以及他听明白了没有。随便问什么问题都行，只要能得到对方的回答，你就能知道自己进展到哪一步了。如果你不能肯定这次谈话是否进展顺利，就不要一个劲地给自己挖坑了。提些问题，如果他的肢体语言或答复都比较积极，说明事情进展得很顺利。时不时地再和他确认一下，问问他是如何处理这个信息的，要灵活。如果有必要就要暂时改变进程或方向，不要呆头呆脑的，但是一定要遵循目标客户的意愿。

当时机成熟时，你就可以开始询问目标客户对如何利用该产品、服务或机遇持有什么观点。让他们说说自己希望事情如何进展下去，什么时候才算时机成熟。只要你感觉目标客户理解、同意或支持你对他所说的话，时机就来到了。如果你已经对他提出的大部分异议都进行了答复和解决，如果你的答复和解决方案都能让他满意，如果桌面上似乎没有更多的议题要处理了，那就意味着时机成熟了，你可以开始提出那些问题了。

我把这部分过程叫做“安排落实”。你应该把“完成交易”这个词从你的推销词典中删除出去。没有人愿意被完结，而且许多推销员很害怕成交这一关。你应该这样看待这个过程，就是仅仅把它视为一种安排和落实，落实如何安装、实施、提供或注册

等问题。首先，问问他怎么想，或者他有什么感觉。一旦目标客户开始思考这方面的问题了，那一切都简单了，你只要问问他们“什么时候”、“在哪里”和“怎么做”就行了。“你想什么时候接受服务？”“你希望多早开始？”“你想多长时间内把这个机遇利用起来？”

与此同时，当然也可能是在作出安排之前，你无疑会遭遇对方提出的一些疑问和异议。记住要提前训练自己应对批评的能力。尽量快、多、频繁地进行操练。这么做的目的在于，当谈话过程中对方对你提出批评意见的时候，这种批评就成了谈话内容的一部分，而不会给你带来太大的情绪波动。尽你所能对所有的批评和疑问作出简明扼要的答复。不过，在大多数情况下，在答复疑问或处理批评意见时，比较恰到好处的做法是先提出一个问题，比如：“谢谢，你感觉这可能略微超出了你的预算，对此我十分理解。可你为什么这么想呢？”或者，“你说现在你还没有准备好，为什么这么说呢？”

你的提问要真正针对“为什么”，而不是试图给目标客户设下埋伏，这样你就对他的苦处表示出了诚挚的关切。要确保不断地提醒他们，一旦拥有了你所提供的商品或服务，他们将得到哪些切实的利益，以及会给他们带来哪些心理上的、不可抗拒的好处。千万不要试图操纵目标客户，他们可以感觉得到，而且会像任何一只困兽一样挣扎着逃脱。销售是交友，是建立关系而不是一场智力决斗。

这就是为什么你不一定非得是一只军犬，也照样能在销售中赚大钱的原因。比特狗、狮子狗、金毛猎狗、吉娃娃或巴吉度猎狗都能够以他们各自的风格在销售过程中表现出色。

吉娃娃的狂热有助于建立非常亲和的客户关系，因为目标客



户可以看出他对自己是真的很关心、很在意。真正的金毛猎狗可以为客户提供支持与理解，这是他们特有的优势，可以在这方面让目标客户感到很温暖。狮子狗可以为目标客户提供个人就某方案的专业看法，能让目标客户对产品、服务或商机所具备的优势和可靠性充满信心。巴吉度猎犬是打造亲和关系的大师，他那天然的聆听能力和对客户的苦衷自然流露出的同情与理解，会让目标客户在一连好几个月的时间里都和他走得非常亲近。看家狗是为眼下这一刻而生存的，面前的机会越多，他们就越高兴。比特狗到了这个阶段就要注意了，要有耐心，要把批评转化成进一步的交谈，至少要装成感兴趣的样子。在此给比特狗的提示是：关注眼前！不要多想，不要对自己或目标客户妄下预断。

这一轮需要的预约可以是一次，也可以是六次。运用你的判断力，断定自己的精力什么时候会出现下降趋势。在状态开始低落之前要尝试结束谈话。最理想的情况是以中等的状态开始、以绝佳的状态收尾。及时打住，留给对方一个期待的空间，期待你将来能够提供更多更好的信息。在每次交谈中都要向他们提出一些安排或落实方面的问题，起初要微妙些，然后要更具体一点，在对付大部分异议和疑问时也是如此。

大部分目标客户若是真的对你的商品感兴趣，就会非常清楚自己想和你商定怎样的安排。不过有人可能并不感兴趣。那没关系，不要往心里去。你每次去商店难道都是见什么就买什么吗？当然不是了。可能这个人想要的东西你没有，这没什么。一旦你意识到自己没有合适的办法解决顾客面临的问题，那就要轻松地承认这个事实，这会为你树立起极高的声誉。如果你不得不退出，那就要体面地退出，然后很从容地询问这个目标客户，是否恰好认识的什么人有可能对你提供的产品、服务或商机感兴

趣。从他那里要来这个人的名字和号码，并问他是否愿意给这个新目标客户提前打个电话，告诉对方你将和他联系。

还有一些人所面临的目标客户最终没有足够勇气作出决断。一切都得到了答复，而且目标客户确实非常需要你的产品或服务，但他似乎无法作出决定。对一个做了大量工作、投入了大量精力、已经到达了 this 阶段的推销员来说，这种情况实在让人郁闷。当心！不要失去耐心！如果你把扳机扣得太快了，你会前功尽弃的。如果你面对着这种困难处境，可以试着这样做。不要再提出“有关安排上的问题”，而是简单地告诉目标客户，你可以在何时、何地或是如何提供你推销的商品。注意他的反应，他可能简单地表示同意，听凭你安排，这样，这笔销售就算成交了。如果他还是犹豫不决，你就要试试比特狗的做法了。我曾经试过这样的反应，结果挺奏效。我是这样说的：“好吧，随便你。那么请告诉我，我该做些什么才能让事情成交呢？在这一点上，不管你让我做什么，我都愿意效劳。在我们开始进入实质阶段之前，还有什么事情需要解决吗？”

记住，如果你自始至终一直表现得像一只真正的金毛猎狗的话，那么安排和落实就不会有什么困难。问问你的目标客户，他是否能想像得出一旦拥有了这种产品、服务或商机，自己会有什么变化。等他开始说起来的时候，你就可以轻松地问他是否现在就开始落实这一切。

我很想说，这一轮只要走过一圈，你就大功告成了。可事实并非如此，这些步骤可能会是一个不停旋转的线圈，你要和你的顾客不停地周旋于其中。销售就像是跳舞，你需要移动脚步、摇摆身体、弯腰鞠躬、不停旋转。和跳舞相比，销售中惟一不同的是其中的音乐永远不会真正停止。如果需要的话，你可以反复回



来和同一个舞伴再次携手起舞。

你要不断地努力让目标客户了解，你可以为他们提供哪些售后服务与支持。告诉他们推销只是个开始，而不是结束。一旦成交，有关支持、安装、应用和有助于你取得成功的其他一系列工作也就拉开了序幕。你要向客户保证，如果这些没能兑现，你将非常乐意无条件地返还他们的全部投资，做到这一点非常重要，这等于把全部风险从客户那里拿过来放在自己这一边。

永远不要害怕提出这样的问题：“我们何时可以开始落实？”如果你每次都用同样的方式提问，客户会感到有压力，所以你要用几种不同的方式、在几个不同的时候提出这样的问题。

如果你的目标客户需要更长的销售周期，那么你每次和这个客户打交道时的任务就是首先和他达成一项协议，履行你的承诺，同时要让他也承诺采取进一步的行动。这个行动可以是完成财务报表，可以是完成一项调查，可以是拜访一个用户网站，也可以是和一个当前的用户交换意见。

记住，在整个推销过程中，总会有一刻买方会觉得这笔交易非常完美。在这一刻他会极度兴奋，为自己这个颇有创意的决断而感到骄傲，或者只有在这一刻，他才能够真正想像出自己正在采购的商品将给自己带来的好处。这个时候，你要及时地提出这样一个绝妙的问题，“你还认识什么人会对此感兴趣吗？”这一时刻可能出现在签下订单前的某个时候，也可能出现在成交后的几天或几周内。但是，千万不要在目标客户正在签字、或正在结束交易时提出这样的问题。不管他看上去如何镇定，此时他的心理总有一丝畏惧、犹豫，或者一点胡思乱想。别逼他了！

不要提出类似问题，除非他处于那种稳定的、骄傲的情绪之中，否则你会让他产生一种买方容易出现的后悔心态，让他觉得

你感兴趣的不过是把商品推销出去，而不是和他建立长期的关系。这个问题如果问得是时候，那他会毫不犹豫地把另一个人的名字告诉你，而你就可以建立滚雪球式的联系，再也不用不打招呼就去联系陌生人了！

概 述

赢得目标客户

1. 和你最先认识的人交谈。
2. 用你感觉最舒服的方法进行最初的接触。
3. 做好市场调查。

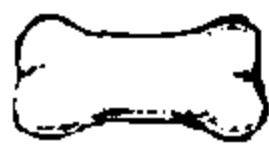
预约

4. 给对方留下极好的第一印象。
5. 在赴约之前，把注意力集中在你希望打开的局面，而不是一味地恐惧。
6. 再次预约下一次见面或电话联系的时间——找一个保持联系的理由。
7. 对他们有求必应。

安排落实(完成交易)

8. 提出问题并处理批评意见。认真听取目标客户的意见并观察目标客户，寻找购买的迹象。安排落实，用适合客户的方式、而不是适合你的方式来达成交易。





骨头：成交是一种心态，而不是某一次交易中最后发生的某个事件。你应该始终专注于询问、安排、尽量落实并尽快解决所出现的问题。



16

这到底是谁的灭火龙头？

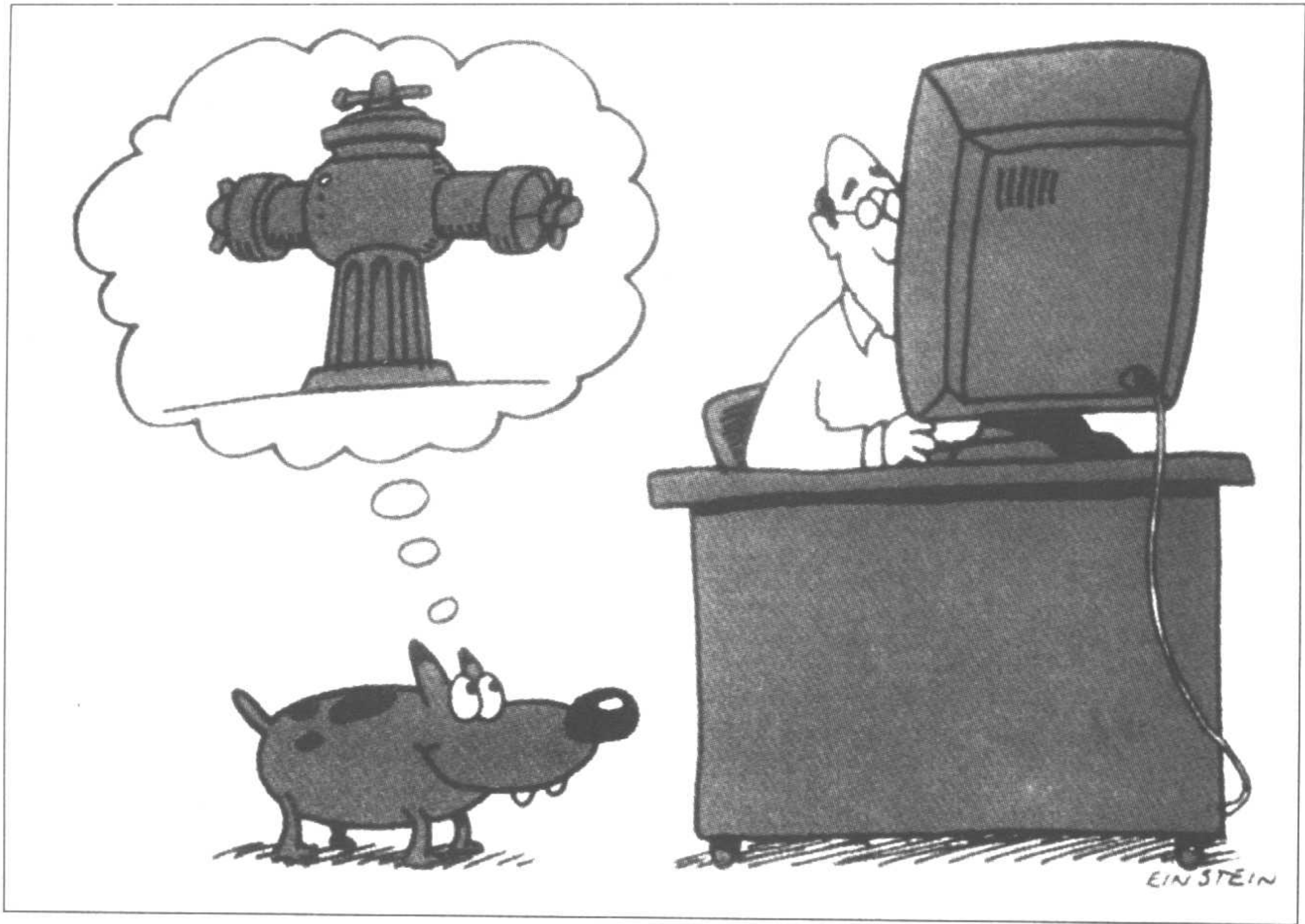
——领地管理秘诀

世上没有一只狗对自己的领地缺乏意识，也没有一只狗在自己的领地遭到侵犯时还浑然不觉。你那顽皮的小狗总是跷起腿，不分青红皂白地四处便溺，划出自己的领地。不过，大部分销售狗——当然不是所有的——都会通过一种更文明的方式来划出他们的领地。

销售狗的领地可以按地理范围划分、按产品划分、按行业划分、按目标市场群体划分或者按关系网络划分。不管如何划分界线，划界的规则和保护个人领地的规则一直未变。

一只出色的销售狗必须学会监管自己的领地。像狗那样“标识”个人领地显然不被社会所接受，但你确实可以通过许多方式进行个人领地的划分和管理，而且做好这项工作将有助于你取得重要的成就。

和世人抱有的普遍看法恰好相反，管理个人领地并不仅仅是为了防范竞争对手或入侵者。在销售界，个人领地的确立非常重要，因为它赋予了销售狗一种意识，让他意识到自己的战场在哪



里，并让所有场内的生物都知道谁是这片土地的“管家”。销售狗在领地中逡巡过多次以后，就会熟悉这里的每一种气味、每一块构造和每一寸土地的蜿蜒起伏。他或她对居住在该领地内的每一个生物都了如指掌，了解其习性、礼节和风俗。

销售狗会保卫、监管自己的领地，对领地内的每一点躁动和变化都抱有无休止的好奇心。销售狗应该对自己领地内的每一家公司都了如指掌——他们在行业中的排名、管理理念如何，他们是否在扩张、在萎缩，等等。同样，销售狗应该对那些和自己保持合作关系的人也了如指掌——他们的地位如何、别人对他们的评价如何、他们的事业发展方向如何，以及他们面临着怎样的情绪问题。一旦这只销售狗掌握了所有这些信息，那领地内所有的生物都会把他视为该领地的管家。

我有一个朋友，多年来一直在悉尼从事办公产品销售。自从他开办了这样一家商店后，他就开始兴致勃勃、认真负责地在那片领地上来回巡视。在悉尼或者在整个澳大利亚，没有一件发生在办公用品业内的事情是他不知道的。虽然有时候也有其他的狗前来冒犯，在他的领地里撒尿、乱划乱擦，他的销售额仍然保持着持续增长。其他的那些狗都曾经来了又走了，只有他至今仍把守在那里。他非常成功，而且成了当地最大一批公司的固定采购来源。

由于他的耐心和他在那片领地上的长期监管，领地上所有的生物在经过一段时间后都倒向了他这一方。如果你有耐心、有远见，金钱就会滚滚而来，挡都挡不住。

这就是为什么你要监管一片领地并保住它、开发它的原因。这里每一个人都应该认识你，知道你是做什么的，而任何与你的产品或服务有丝毫联系的信息都应该汇聚在你这里。时间和领地可以让销售技巧最差的销售狗也能变得富有起来。

对年轻的小狗来说，这相当艰难，因为他们没有耐心等待结果。所以在这个过程中，你要为自己取得的小战果喝彩，对自己取得的成绩给予认同，这对保持情绪高涨十分重要。领地的管理并不难：就是每天、每周、每个月都不停地闻、不停地刨。这一点非常重要，因为目标客户会看到你一直在挖掘，他们会感觉你是在为他们挖掘新的相关信息。最终，目标客户和客户会被你吸引过来，因为你已经在他们心中留下了一个印象，那就是你是稳定可靠的。这是巴吉度猎狗的强项，这个强项绝对值得其他狗学习。

顺便说一句，我们早些时候讨论的技巧，即如何对目标客户和老客户作出承诺并信守承诺，在领地管理上也是一件重要的工



具。有目的地向他们作出承诺，答应给他们打电话、写信、顺路拜访他们、为他们提供信息或者提供一些商务或非商务的服务，通过这些，你可以有步骤地在他们心目中建立一种值得信任的印象。

虽然总会有新来的狗在你的灭火龙头上撒尿，在你的客户身上蹭来蹭去，明智的销售狗仍会持续保持可靠和忠实的姿态。你会被视为栋梁，而不是拆台的人。

17



远离流浪狗收容所

——销售狗的职业发展

你和我这样的人之所以被这种强度大、压力大、机遇多的销售行业所吸引，其中的一个原因就是我们都喜欢追逐，喜欢赢，喜欢一次次面对。我们就是为了下一次刺激、下一笔交易以及下一回冲刺而活的，有这种个性的人是永远不会停止搜索的，这是好事。但是，我们如此渴望得到迅速而频繁的满足，这最终也可能让我们误入歧途。

如果你在很长一段时期里把狗独自留在家里，不去陪伴它、鼓励它，那它最终就会把房子撕扯开来，把家具吃下去，四处游荡，擅离职守。而如果一只销售狗与他人失去了互动和交流，最终也会做出同样的事来。

出色的销售狗都明白自己需要集中精力、投入和保持耐心。而你对你的领地、你的行业和你的产品来说也应该如此。如果不管什么时候，只要发现还有一块地方尚未被你扫荡过，你就翻过篱笆、跳槽而去，那你为了解领地所花的时间和精力就失去了意义。

所有出色的销售狗都在长时间的实践中通过某种方式逐渐培养出了一种行为原则，那就是集中精力、持之以恒、习惯于迟来的满足。而没有经验的销售狗，尤其是一些高度兴奋、容易紧张、信奉完美主义的销售狗，他们在销售额低迷的时候就容易惊慌失措，甚至在销售顺利的情况下，也总是一只眼睛瞄着后门，觉得外面可能“有什么更好的事情出现”。

你要想找到一条沦入流浪狗收容所的捷径，那就不妨用那种“草总会更绿”的心态活着。在这个行业里，你只需五分钟就能从一个传奇人物沦为一个失败者。这就是这种游戏的性质。你的成绩完全取决于你最近一次所完成的销售任务。

销售狗都受金钱的驱使，而且我们每个人都有很强大的动力。不过，不断追求更大、更好、更多可能意味着当我们的船即将靠岸时，我们却迫不及待地跳入了河槽。要建立人际关系、让别人对你产生信任，你必须付出时间、精力、关注、投入、服务、忠诚和意愿。而有太多的流浪狗却否定了所有这些工作，把成功的势头拦腰截断。我们都梦想着做一个“手到擒来”的推销员，都梦想着所有的人能主动来找你、主动提出购买。如果你把自己的时间都花费在从一个公司跳到另一个公司，或者更糟糕，从一个行业跳到另一个行业中，那结果往往是你前脚刚走，后脚就跟进来一个人，把你辛苦工作取得的成果轻松地摘走了。如果你游荡得太久，那就永远都无法获得回报、取得成果。

那么，那些四处游荡的狗会有怎样的下场呢？

最终，他们会惹人生厌，被送到收容所里去。幸运一些的可能得到第二次机会，但是大部分将惨遭阉割，被送去放牧或者被宰杀！

许多流浪的销售狗都渴望像从前那样去做推销，长时间流浪

的销售狗甚至还紧抓着那曾经辉煌的五分钟荣誉不放。他们会对任何一个感兴趣的人讲起自己过去的那些辉煌战绩。

可是，对许多这样的狗来说，他们那种斗志已经如动过外科手术般地被切除了——不是被兽医手中的手术刀，而是被市场切除了，因为市场总是支持那些似曾相识的微笑的面孔，这些面孔属于专注而投入的销售狗，而那些四处游荡、低声哀鸣、总是做逃兵、总是急功近利的流浪狗永远都要受市场的挤兑和排斥。

在这个世界上，到处都游荡着成千上万只原本很出色的狗，这些狗若是能得到正确的训练，找到好主人，都能成为冠军狗，成为了了不起的猎手。销售狗也是一样。过早取得成功对于有的销售狗来说并不是一件好事，因为他们会由此变得急躁起来，渴望再现辉煌，经受不起低潮的磨炼，跳出销售狗的成长周期。

记住，销售之所以被称为一个周期，就是因为它是一个循环，总是一圈一圈地循环反复。其中有喜有忧、有高潮有低潮，但是每一个阶段终究都会过去。

弗兰克是多伦多最出色的直销人员之一。他在很短的时间内就建立了一个发展速度堪称一流的销售网络。于是，他迫不及待地想再出成绩，在两年内至少前后跳槽到六家公司，试图建立起一个类似的庞大的销售网络。他本来前途无量，可以成为千万富翁，但是他没有耐力，也没有耐心。

那些曾经被他招为部下、多年来坚持在一个方向上努力奋斗的人现在都已经退居二线了，每个月可以坐收上万美金的无息收入。而我最后一次听到弗兰克的消息时，他不过是一个微不足道的小主管，埋在某个大公关公司里，住在市郊，还在和别人讲述着自己当年的辉煌。

我的兄弟是一只经典的销售狗。在他那种巴吉度猎狗的风格



下，其实隐藏着一种凶猛的比特狗的性格。当他还是个年轻的小销售狗时，曾经从一个行业跳到另一个行业，最终进入了库房设备和仓储系统销售行业。他花了好几年的时间才有所收获，因为尽管他尽了全力，还是没能找到适合自己的位置。我们一家人都很担心。蒂姆能行吗？他难道注定这辈子就翻不了身了吗？

不是的！蒂姆的明智之举就是在这个过程中选择了几家公司，这几家公司在业界都很有名气，因为他们提供的培训项目是最出色的。他的转变是跨越数年的转变，而不是一年内在好几家公司之间跳来跳去。一旦他发现了一种能真正激发他兴致的产品和服务（他总是喜欢弄货车和起重机），他在驯狗师职位的竞争中就会脱颖而出，把竞争对手抛在十万八千里以外。他的技巧和他丰富的经验都已经累积到了顶峰。他现在住在一栋占地数英亩的大房子里，位于克利夫兰最好的一片区域。我还记得他说过，虽然多年来他对自己曾经做过的那些职位一直都不满意，但他还是决心做下去，在起步之前尽量多地学习并掌握必要的技巧。

你一定见过这样的人——

他们似乎整天都在打高尔夫，从来就不登门推销或拨打推销电话，但他们总是能找到最好的推荐人，似乎从来都不用为销售额担惊受怕，订单似乎总是不断。这是因为他们对自己的主人、自己的领地、自己的业务线路一直忠心耿耿，经过一段时间后，他们已经成了其他所有人争相效仿的榜样。他们之所以能得到如此令人艳羡的位子，就是因为他们已经成了这里供职时间最长的人，看上去就有权威的气派。

那些从一个地方跳到另一个地方的流浪狗就永远无法得到这种关键的能量积累，而正是这种积累才能让他们具备一种令人难以抗拒的吸引力。最终，他们缺乏战果，由此导致动力不足，随

之而来的是他们头脑中挥之不去的消极想法，而这种消极的态度将使他们丧失销售的能力。

我认为，销售这个职业对任何人来说都是一种最有力的个人成长锻炼。为什么这么说呢？因为每一天，当你面对镜子的时候，你都不得不看到自己究竟是个怎样的人。你想什么、做什么、有什么感觉、甚至回避什么，都将决定你最终能把自己塑造成一个什么样的人。

我还发现，不管在世界什么地方，几乎所有商界成功人士所取得的成就都能追溯到销售这个根源上来。这些人之所以坚韧、乐观、豁达，正是因为他们曾经无数次面对目标客户，无数次和目标客户打交道，其中既有大客户也有小客户。

你进入销售业后要作的第一个、也是关键的一个决定就是——你该到哪里去工作。

你看，作为一个职业销售人员，你在挑选一家公司的时候，不要仅仅考虑你最初能拿到多少津贴，而是要看另一个更为重要的因素，这就是你将在那里接受到怎样的教育。不论你最终选择的是一家直销公司、一家房地产公司还是一家综合性企业，你作出这一选择的根本原因都应该是这家公司能为你提供出色的培训。

这将是你的最好的长期投资。多年前，我选择了优利公司的前身，当时我考虑的不是它的产品。事实上，当时它的电脑系统在业内是最贵的，性价比很低，销售起来是最难的。不过，那里的培训范围很广，内容很全面。在那里就职的四年里，我不仅掌握了销售工具，而且还培养出了一种根深蒂固的勇气和决心，我立志要做一个真正的商界高手。

作为经理人，如果你能把精力集中在如何对你手下的狗进行



培训上，那你一定会成为大赢家。而如果你只关心收益，那你顶多只能取得短暂的、稍纵即逝的胜利。作为一只优秀的销售狗，你应该挑选那种能给你提供最好培训的公司。一旦找到了这样一家公司，就要承诺在那里至少工作四到五年，这样你才能细水长流，才能得到持续不断的指导、培训和针对你个人的某些点拨，而这些只有在出色的销售培训中才能得到。就职时间的长短非常关键，它决定了你是否能真正地确立重心、掌握必要的技巧、培养出必要的能力。如果你很快跳到新地方去，那你接受的培训和指导就将被迫中断。如果你能表现出一定的毅力和耐心，那么时间会过得很快，而你最终将获得巨大的经济利益。

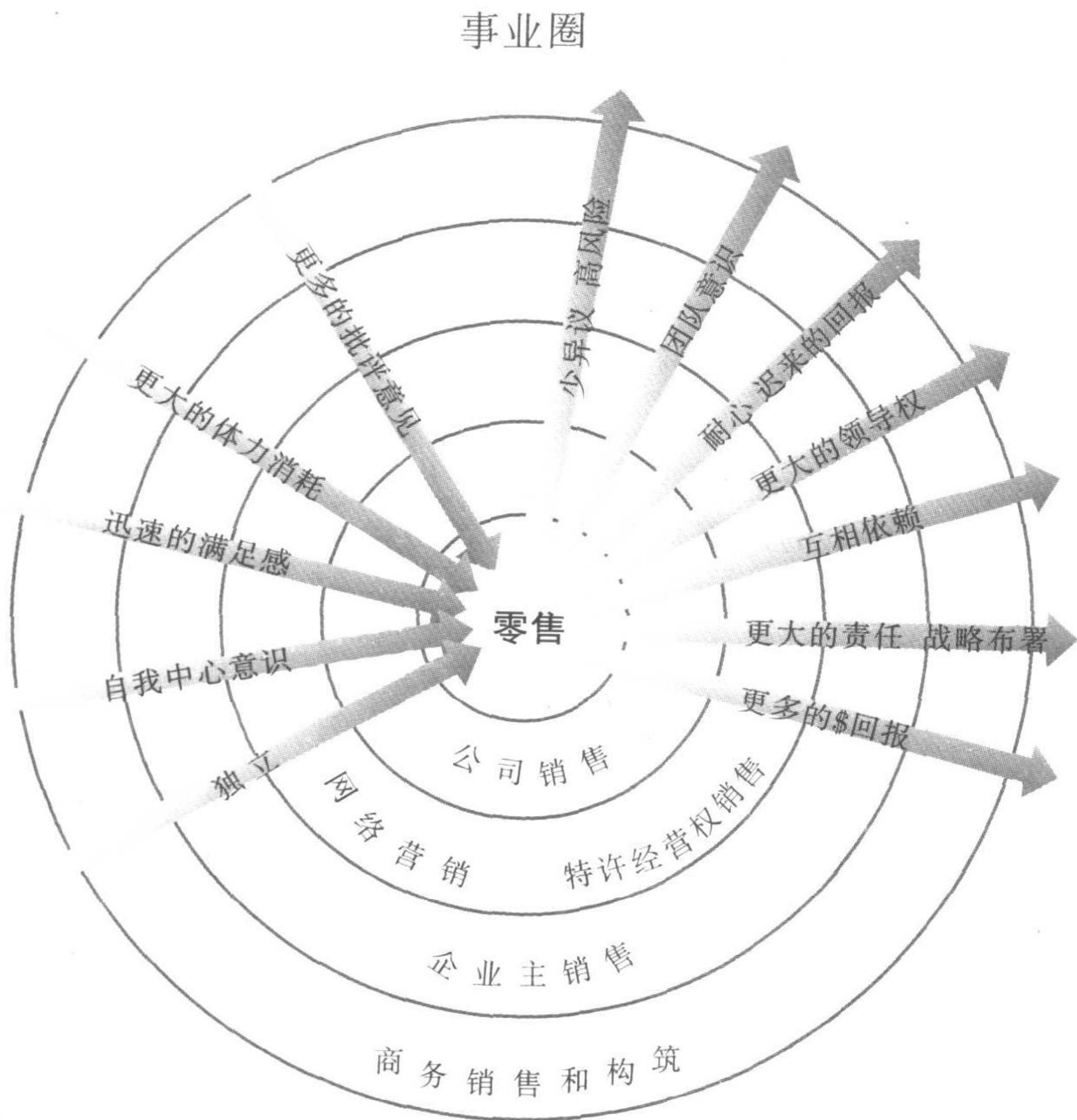
这就是为什么我倾向于选择直销机构的原因。好的直销机构能提供大量的培训和指导，因为每一个人都有一种天生的兴致，愿意对自己引进的人进行培训，这能直接让他的腰包鼓起来。在现代商务世界里，网络意味着一切。只要你在人力资源上作出一定的投入，你所创建的网络的创收能力就能得到极大的提高。

一旦你知道自己属于哪个品种的销售狗，你就需要寻找一个导师（一个领路的狗），他来自另一个品种，能够教给你作为一个高级销售狗所必须具备的、同时也是你所欠缺的一些技巧。比特狗应该找狮子狗或者金毛猎狗来做导师，因为他们需要补充一些市场营销和服务本领，以充实他们的销售技巧。巴吉度猎狗需要找狮子狗来教他做市场营销，而狮子狗需要从吉娃娃那里学习一些知识，来填补他那过于平凡的形象。

如果一只销售狗能够保持精力集中，那他的事业将自然而然地得到拓展，就像一组不断扩张的同心圆一样逐渐发展壮大。对了不起的销售狗而言，他的事业发展一共要经历五次主要的拓

展。每一次拓展都意味着占领一块更大的领地，意味着更多获取回报的机遇。

大多数小狗在踏上销售生涯之初，都是给人推销一些零售的产品或服务，这种工作完全以推销为中心，而且几乎不需要做任何个人市场营销。具体而言，他们可能是在一个零售的大卖场里推销农产品、鞋子、办公用品或者男士服装。在这个阶段，成功的关键在于信心，有了信心，你就可以从容应对批评和拒绝，从



而完成交易。你还需要旺盛的精力和一种感性的、专注的性格，这对建立客户关系、继续销售、提供服务和解决问题都非常重要。作为一只小销售狗，你要培养这些技巧，这样你就能走上一条充满激情、利润丰厚的职业之路。

当销售狗逐渐成熟，学到了更多有关建立以及维持客户关系的技巧时，他们便来到了公司销售这个更高的层次。他们仍然在为某人推销一种产品，例如商务机器、货运服务或投资项目，但是推销的产品以及所建立的客户关系都更为复杂，同时带来的回报也更多。

在这个层次上，你需要磨炼与人面对面交往的技巧，让对方对你产生信任。你需要习惯和高层决策者融洽相处，同时要习惯于巧妙并艺术地将损害赔偿控制在一定范围之内。你必须能够即兴发挥、保持健康的思维方式，这对你在该阶段的发展非常重要，同时，你还要有能力把复杂的概念简化，并把它呈现在你的听众面前。

这几个销售层次非常稳定，同时，正是在这几个层次中，我们可以识别真正的销售狗及其所隶属的真实品种，以及他们的性情特征。他们开始认识并接受自己天生的本领，以及自己所属品种所具备的各种强项。在这个阶段里，大多数销售狗都能轻松地赚到六位数的收入。

在这个时候，千万不要跳槽！如果销售狗在这个发展阶段选择四处跳槽，那他们可能永远都无法进入更高的层次。他们将丧失训练的机会和持之以恒的力量，失去做看家狗的机会，失去收获金钱的可能性。

在公司这个舞台上，他们会自然过渡到管理和指挥层上，但是经验丰富的销售狗也有可能会捕捉到更大的猎物发出的气息，

于是，当初驱使他们进入销售这一行的那种独立的性情可能会伴随着强烈的热情再次出现。

在第三个层次里，销售狗可能会得到特许经营权，成为企业主，甚至会接受挑战，建立一个多层次的组织机构。他们会将自己的时间和金钱全部投入进去，全力从事销售，就像自己刚刚入行一样。此时风险更大，但回报也将是巨大的。事实上，此时的收入是没有上限的。不过这个领域相对而言仍是比较稳定的，因为销售与发行是有章可循的。在这个层次中，销售狗仍拥有一定的庇护，不会面临野外的种种危险。

要在这个层次上取得成功，销售狗必须让自己的演讲能力日臻完美。他们必须能够激发并传播一种情绪，让别人接受自己的策划，并能够陈述远大的构思蓝图。

对销售狗来说，下一个层次就是成为企业家，发展自己的理念、产品或服务，建设基础设施及业务机构，实现生产及销售环节。这一切都要依靠他自己的观点和他自己的团队。销售狗此时的工作不仅仅是销售，还涉及如何吸引投资者、借贷方、供应商以及被他纳入策划的其他同盟者。销售狗此时要对自己的行业技巧进行微观调整，因为如今他要顾及的远远不止一次销售，还有别人投入的资金、信心和支持。在这个层次上，失败的比率会非常高，但是可能得到的回报也是决定性的。你问问比尔·盖茨和迈克尔·戴尔就知道了。

在这个层次上，激情是必不可少的，因为只有激情才能给整个团队带来动力，让人们摆脱疑虑。你要能发挥创造力去解决面对的问题，同时还要有能力找到简单的出路。要想在该层次上取得成功，是否拥有这种能屈能伸的能力是非常关键的。

对销售狗来说，销售个人产品并不是终极目标，销售个人业



务才是至高的境界。进入这个最高层次意味着你已经成为了一名商务构筑者和商务销售者。有许多快乐的销售狗已经穿越了泥潭，走过了错综复杂的丛林，成了一名了不起的商务构筑者。一路上，他们的本领和乐观主义的精神使他们超越了其他的销售狗，而有的家伙虽然出身贵族，却本末倒置，跳到市场里就出不来了。所有这些成功人士都拥有一种潜在的本领，这就是能够创造一种构思，并按照这种构思去做销售。

要取得这个层次上的成就，就要拥有相当的驱动力，同时还要有能力培养理念、构建策略，既能综观全局，又能顾及细节，这些能力都是真正的本领。达到这一层次的销售狗都是天生的市场营销家，做起事情来非常系统化。他们很少来自单一的品种——通常是集合了每一种销售狗的最大优点：比特狗不怕死的劲头，狮子狗对市场营销的悟性和对想像即现实的认识，吉娃娃的数据知识库、金毛猎狗的低承诺高付出，还有巴吉度的信任和诚恳。这样的狗该有多么出色啊！

当你从销售狗销售的一个层次来到另一个层次，你的收入和发展机会就会呈指数倍上升。而同时，你也需要对你的成果和你的生活承担越来越多的个人责任。在这个转变和过渡的过程中你会发现，推卸责任、轻易为自己开脱以及逃避职责的可能性越来越小，直至消失。你要对所有的结果负责。巴吉度猎狗对这一点的理解最深刻，甚至在他们还是小狗的时候就已明白了这一点，而且随着年龄的增长，他们会暗自盼望着这一天的到来。

在这个圆圈刚开始的时候，销售狗要做更多的销售工作，但是随着他们过渡到下一个层次，市场营销技巧开始和销售技巧同样重要。狮子狗对此最为擅长，而且会在早期、在一些低风险的领域里检验自己的市场营销技巧。

风险在不断加大，但奇怪的是，来自目标客户的拒绝和异议却在逐渐减少。不过，它们的份量更大了，因为从策略、生产、支持方面投入的资金以及从现金流的角度来上说，目标客户的每一次拒绝都将导致极大的损失。

最重要的一点是，销售狗的角色也变了，即从狗群中的新狗变为制定狗窝法则的“指挥”狗。销售狗每过渡到一个更高的层次，就要承担更多的领导职责。对那些精力集中、不四处跳槽的销售狗来说，领导权力完全是事业发展过程中一个自然而然的附带品。

这种过渡为什么非常重要呢？因为每一个更高的层次都将给你的口袋里装入更多的现金。从金钱的角度上看，第一个层次和第四个层次之间的区别就是收入上五到六倍的差距。打猎的本质也发生了变化，当你上升到一个更高的层次时，你会发现打猎不再是在石头和木桩间冲来冲去，相反，这个过程会以一种战略策划和组织协调的方式呈现在你眼前。你是牵动线绳的人，是木偶玩家，而其他的人——那些入行比你晚的小狗们则去做具体的追捕工作。虽说你在绝大部分时间里仍然处于猎捕之中，但是你的猎物更大、也更聪明了。

对狮子狗来说，要进入罗伯特·T·清崎的《富爸爸，穷爸爸》所说的B象限，可不是一件轻松的事情，因为：

首先，他们要么拒绝学习如何推销，要么就不去磨炼自己的推销技巧。如果你不能销售，你就不能创建或经营一个成功的企业。你必须向你的客户推销产品，向你的员工、投资商和同事推销你的构思。你必须每天都要推销你的想法，让别人接受你甘冒风险的理由。遗憾的是，有很多人把这种了不起的天赋浪费掉了，因为在他们看来推销是肮脏的。一些人宁愿待在安乐窝里无



所事事，也不愿意把自己推到销售狗所熟悉的第一线上。事实上，我的个人经历表明，这种对推销的厌恶情绪背后隐藏着一种对拒绝或对失败的根深蒂固的恐惧。不管你是否要创业，只要你认识到你必须进行推销，而且你必须学会如何把推销做好，那你的生活就将发生彻底的转变。

其次，他们不能或者不愿意组建一支团队。你必须能把那些对具体领域更熟悉的人聚集在一起。你必须具备足够的信心，相信你的观点或者你的企业能够发展起来，能吸引别人加入。而且你还要足够地投入，不能因为前路艰难，就轻易放弃这支队伍。经验丰富的销售狗都曾面对过很多的异议和障碍，他们都曾经全身心地扑在第一线，都曾从甘苦中走过。他们也都树立了足够的信心，知道自己最终能够成功。有很多人陷在了S象限中无法脱身，就是因为他们担心自己可能无法取得成功，结果他们让所有人失望了。在他们看来，如果自己不能成功，那么至少安于现状可以不用为他人负责。成熟的销售狗知道如何把一群狗组织成一个群体，如何让团队正常运转，哪怕是面对困境。他们知道只凭一只狗的力量是无法获胜的。同样，仅凭一只狗也无法聚敛足够的财富来打造一个成功的企业。

18



狗只知道“做事”

有的狗能打猎，有的狗则不行，这其中有一个主要的原因。而这个原因很可能也最好地解释了为什么有的人能成功，有的人则不能成功。一切都取决于你内心的对白。

什么对白？你一定会问。

这个对白就是刚才说出“什么对白”的那一声小嘀咕。是的，就是那声小嘀咕。我不十分确定狗的脑子是如何运转的，但是我猜它的运转方式应该是简单的，在这种方式下，几乎没有意识和下意识之分。这意味着什么呢？你一天到晚有意识地加以利用的大脑实际上只是大脑的一部分，它计算、核对、让你开口大声说话，每分钟都在制定重要的决策，比如要不要再来一块甜饼，或者要不要休息一下，来一杯卡布其诺。我听过许多有关利用大脑的故事，但是最近有消息称，我们每天有意识地利用的那部分脑子仅仅是我们大脑的一小部分。而其余的大脑思维被称为“下意识”。我知道你们当中有人会“无意识”思考，这个问题我一会儿再谈。

就我们正在讨论的问题而言，当你和自己头脑中那一声小嘀咕对话的时候，谈话的大部分内容来自于下意识。你知道，在下意识中，几乎所有的空间都被你那些有关胜利和失败的记忆占据了。我不知道狗的头脑里是不是也回响着这么一声小嘀咕，也不知道它们是否也和人类一样，会和自己头脑中的小嘀咕争论不休。你知道我指的是什么样的对话——意识说：“我今天要去接触五个新的目标客户。”而下意识嘀咕着：“他们要是不喜欢我怎么办？”意识说：“不管怎样我也要去做。”而下意识嘀咕着：“你实际上大可以今天做些文字工作，明天再去见那些目标客户。”这种情形对你来说应该并不陌生吧。

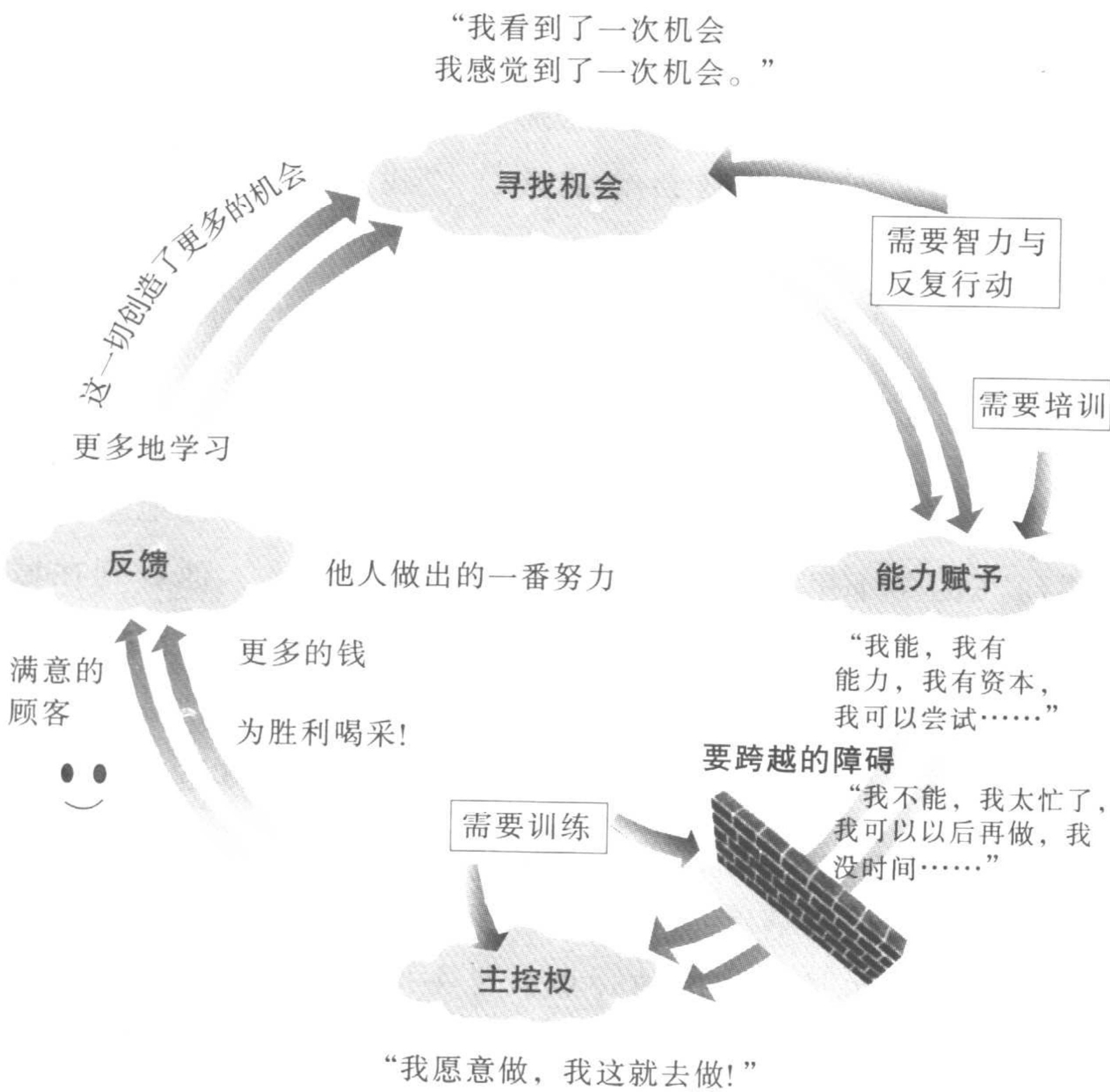
大部分人是“无意识”的。意思是说，那一声小嘀咕源自他们下意识中积累的恐惧和担忧，结果导致他当前的逻辑意识声音似乎和那一声小嘀咕是一致的。他们对小嘀咕言听计从，不管它说的是好是坏。对他们来说，小嘀咕即是事实！他们从来都没有犹豫、没有试图去怀疑小嘀咕所提供的信息是否可靠，他们根本就不去思考。这些人完全没有意志力，不受自己的控制。当他们面对发展的机遇时，当他们需要抓住机遇迎接挑战时，内心的小嘀咕就开始作怪，结果他们就不惜寻找一切理由来逃避责任，逃避可能出现的不适和尴尬。

关键要明白如何积极地利用小嘀咕，同时要很清楚人们面对小嘀咕时都会作出哪些错误的决定。我们在这本书中曾多次提到这一点，只是一直没有对此进行真正的探讨。下面，就让我们来看看如何通过最简单的途径对下意识中的小嘀咕进行积极的利用。

了不起的销售狗都会遵循一个非常简单的行为环节。这个环节的第一步是寻找机会。换句话说，他们实际上是在找一个人，让这个人给他们把球扔出去。他们不是坐在一个角落里，等人把

球递过来。多年前，当我决定要在销售行业里大赚一笔的时候，我决定去问我的经理是否能让我去开创一片新的销售领地。如果我当时坐在那里空等着，很可能直到现在我还在等待之中。了不起的销售狗不会坐等某人施舍一块骨头、提供一次升职机会或白

销售狗成功循环套路



当你翻越这道障碍时，此循环便会加速运转并得到自动力



送他们一份礼物。相反，他们是去积极地寻找这些利益，而且迟早都会发掘到一个。我发掘到的是夏威夷群岛当中的两个小岛，把它们发展成了我的新领地。不错吧！顺便说一句，你寻找机会的次数越多，你就越擅长于发现机会。在做了一年的销售工作后，我开始留心观察会计设备的使用模式，调查愿意购买这些设备的公司的规模以及他们的使用模式。其实，曾经有许多人走过这些地方，但是他们从来就没有看到机会。而我把这里打造成了我在当地头号的销售领地。

第二步被称为能力赋予。当狗看到有人在那里来回逗弄着那个球的时候，它的大脑会嘀咕着：“我能让这个人把球传给我。”对我们人类来说，这时大脑应该嘀咕着：“我有能力、有资本，我能够想出办法来实现目标。”迈克尔·戴尔曾一眼看到了直销电脑系统这个市场，于是他嘀咕着：“我要走出寝室，一定能实现目标。”而当时，他还在读大学。

我有个朋友每年春夏两季都为建筑承包商挖土打地基，而在大雪纷飞的冬季里，他就只做一些木工活。后来，他看到在城乡地区有许多企业为除雪花费了大量的资金，而且对有关服务都不太满意。于是他嘀咕着：“我这些设备都在那儿闲置着呢，我可以用这些设备来铲雪。”于是他以双赢的价位签订了一些非常有价值的合同，并雇用原来的工人操作这个设备，而他自己整个冬天都在尽情地滑雪享乐。

第三步，也是最关键的一步就是主控阶段，你要对自己说：“我要去做，我愿意去做，我即刻就做！”此时，狗会走到球主人的面前，开始实施它惯用的纠缠伎俩。迈克尔·戴尔发出了他的第一份广告宣传单，我来到了夏威夷群岛中的大岛，我的朋友走进了城市办公室。而我们大家头脑中的嘀咕很简单，那就是：

“我愿意去做。”

如果这一切奏效了，那么金钱就会随之而来——顾客会满意，会推荐别人来光顾你，更多的金钱就会流入，更多的机会就会出现，这个环节就会以更快的速度、更大的动力和更多的回报循环反复。

很简单，对吗？错了！因为大部分人都在“我能”和“我愿意去做”这两个阶段之间徘徊不前。有时候另一种小嘀咕会占了上风，说：“我今天可以去做，但是我不愿意，因为我今天感觉不对劲，我很可能会把事情做砸了。”“我明白我可以把我们的新服务推向一个新的市场，而且我知道该怎么去做，但是我更愿意下个月再尝试。”“我今天还可以再做一次推销，但是我还有其他事情要处理，所以还是明天再说吧。”这些听上去是不是很耳熟啊？

我觉得狗不会经历这些精神上的折磨，他们的思维方式很简单，看到机会，然后从“我看到”跳跃到“我愿意”直至“我做了”。了不起的销售狗在跨越这个界限上都是高手，他们会很快来到“我即刻就做”这个境界。你一定记得耐克那句著名的广告词——“去做吧”，为什么耐克可以凭借这句广告词赚到那么多的钱？就是因为大部分人都没有去做！他们都是说起来天花乱坠，但是事到临头时却又纷纷找出一些理由退避三舍或者再三拖延，尽管他们知道自己应该“去做”。所以，他们会产生这样的感觉，如果自己买了迈克尔·乔丹脚上的那双耐克鞋，那自己就仿佛是“已经做过了”。

至于为什么有的狗能打猎而有的狗不能打猎，关键就在于此。这是成功乃至个人发展的核心。先不要去想销售，想想你的生活。“我看到有一份基金在过去三年里一直在创造收益。”



“我可以每个月自动存上 100 美元，作为长期投资。” “但是我不能，因为我现在根本就入不敷出。” 或者，“我看出妻子今天过得不好。她看上去很疲惫，我可以拿出五分钟的时间听听她今天的遭遇，给她一些安慰和支持……不过，我太累了，或者太忙了，或者我可以以后再去。” 或者还有更糟糕的，“她上次安慰我是什么时候啊？”

每一次你都在事到临头时退却，你和你试图争取的目标，不管它是一笔销售交易、一笔财富还是一种出色的人际关系，总之你和它之间的距离越来越大。在你和你的目标之间出现了一堵墙壁，它越来越厚重，直到一段时间过后，再没有任何动力能够穿透它。

销售的美感在于它每天、每时、每刻都在为你提供机会，让你面对事到临头的那一刻。神奇的是，你越是有能力不受大脑中小嘀咕的干扰、突破这个界限，你在生活其他领域内做起事情来就越是能够势如破竹。这就像铲除冰山一样，迟早会出现一个裂缝，最终将冰劈成两半，接着，一系列了不起的事情就会接踵而至。正是通过这个途径，富人变得越来越富，出色的人际关系变得越来越巩固，一只销售狗最终夺取了冠军，而销售额像滚雪球一样翻番而来。

训练自己处理拒绝的能力以及打电话的能力，其目的并非在于推销，而是要训练你的头脑，让你的思维习惯于跨越障碍，从“我能”到“我愿意”到“我做了”。

新加坡航空公司是我的客户之一。它可能是世界上公认的客户服务堪称一流的公司之一。它同样也是通过上述环节实现了自己在顾客服务上的转变。在这家航空公司，每一个人都要接受培训，学会如何跨越这个障碍，这样当他看到一个可以为顾客提供

服务的机会时，他就会感觉自己有足够的力量去说“我能而且我愿意”，而不必去寻求批准或许可。这样一来，整个航空公司就变成了一个服务和销售的天地。这种培训的效果远远超越了大多数航空公司采用的那种提供销售和服务的、常规的产品升级办法。在这家航空公司，每一个员工和代理都接受了培训，都能够控制局面，并面对顾客作出正确的选择来。

我还在空运行业中时，便认定公司培训中蕴藏着无限商机。我知道我可以通过教别人去激发他们改善自己的工作表现，帮助他们提高自己的生活质量。而至于我是否愿意去做，就要说起另一个故事了。当时这么做的风险非常大，一旦失败，我们很有可能被饿死。

不过，我妻子和我还是打点行囊，离开了南加州，前往凤凰城去开创新的生活。我们深深地吸了一口气，说：“我们愿意去做。”下定决心去做对我们来说并不困难，因为我们曾经经历过。我们在经营货运业务的时候经历过，我们在结婚的时候经历过，我们在业务面临困境的时候每天都在经历。但最重要的是，在销售行业就职的这些年里，我一直在做着同样的事情。我决定跑到大岛。我每天都要决定再多打一次电话。我无数次决定把信封投递出去，哪怕这一次投递远远超出了必要，远远超越了常理。但是当质的飞跃在那一刻终于来临时，我的信心就会空前高涨。恐惧总是有的，但是对出色的运动员来说，恐惧是最好的动力，因为他们清楚地知道，只要自己敢于跨越障碍，就能为未来的努力积聚更大的能量。

如果你从这本书中一无所获，那么请帮我一个忙。把这本书放下，找出一个在你生命中有着重要意义的人——你的孩子或是其他一个对你来说最重要的人，走到他们面前，抓住这个机会与



他们沟通。你只要对自己说：“我看到了这个机会，我可以利用这 60 秒的时间为我们之间的关系增添一些美好的东西。我能，而且我愿意。”去做吧！这是你能走出的最重要的一步。再做一次，你会发现一切都变得更自然、更轻松。如果你真的做到了，那你将面临两种情况。一是你们的关系会比从前好上千倍，二是你在生活其他方面跨越障碍的能力也将得到飞跃。你会发现，推销、打电话都变得更简单了，学习新技巧变得更轻松了，而做一个你自己想做的人也不再是一件困难的事情了。

狗从不多想。它们朝屋子这边看过来，看到了你，看到了一个找人陪伴的机会，接着，它们就简简单单走了过来，用鼻子蹭着你，把湿湿的脸埋在你的膝间。去试试吧——奇迹就在你眼前！

19



你到底是哪一种销售狗？

那么，你究竟是哪一种销售狗呢？

你是顽强的比特狗吗？你只需要一点点激励就会立即跳起来追逐猎物吗？

你是更世故一些的狮子狗吗？你明白最关键的就是给人留下美好的第一印象、做好个人市场营销，并和恰当的人建立关系吗？

你是金毛猎狗吗？你从不逼迫目标客户，而是“依偎”着他、找一切机会为他服务，直到你成为他的首选供应商为止吗？

或者，你是天生好学的吉娃娃吗？你最向往的就是被公认为该领域每一件产品的专家吗？你希望被视为“知识的源泉”吗？

你是巴吉度猎狗吗？你总是按照自己的节奏努力推进、坚持不懈、通过长时间的努力建立自己的声誉及亲和力吗？你是不是有可能迷惑你的目标客户，让他错误地感觉到一种舒适感和安全感？你是否可以慢慢地、但十分有把握地把目标客户的固执一点点削弱，直至彻底攻破，在别的狗早已放弃他们的时候，你哪怕追到天涯海角也要把他们揪出来？

或许，你是一只喜欢豪赌的看家狗吗？对你来说，活着就是为了那一次一掷千金的大亮牌吗？还是你一直梦想着成为一只看家狗？

你最有可能遇到的情况是，发现从好几种狗的身上都看到了许多类似于自己的性格特征。那你就是超级混种狗——狗棚里最有能力、最有效率的一只狗。也许你是好几种狗的混合品种，也许你可以在任何特定的一天里，按照特定的需要展现出某一种狗的风采来。

我希望这本书能使你对自己、对自己的长处有一个更好的理解。我希望它能让你产生一种相对平和的心态，接受原原本本的自己，不再逼迫自己去做一些根本做不来的事情。关于销售的一个神话就是：我们要想成功，就必须变成一个完美的全才。而要想干一番大事业，就必须做一只好斗的、凶猛的军犬。我希望这些神话现在都已经被攻破了。事实是，你需要做的就是了解你自己的长处，发挥你的长处，回避或弥补你的弱点。向其他某些销售狗学习，学习他们的特长，做一只彻头彻尾的超级混种狗！

在多年的生活经历中，我曾见过来自世界各地的许多了不起的销售狗。他们的品种可谓应有尽有，而他们每一个人都以自己独特的方式获得了无比巨大的成功。我发现，如果各个品种的销售狗都可以按照自己感觉最畅快的方式去尽情奔跑，那他们都能取得让人难以置信的成绩，都能持续不断地实现自身的发展、取得非凡的业绩。但是，如果你把他放在了一个错误的位置上，那即使是最出色的小狗也会表现欠佳。

戴维是我的导师之一。他是信息商务的创始人，在美国乃至全世界范围内，他所发起的成功的直接营销攻势在数量上都是首屈一指的。他的血液中天生就有一种“狗性”。在下面的对话

中，我们可以看到他对自己的评价。

问：戴维，哪一个品种的狗最符合你的特征，为什么？

戴维：我的第一反应是比特狗。我很勇猛，而且我感觉正是这种性格特征让我和其他的狗有所区别。如果我想和比尔·克林顿说话，那我就去找他说话，我会拨打 200 个电话通过一个人、又一个人、再一个人，直到在电话那端找到他为止。所以，我的第一感觉是比特狗。

不过，比特狗缺乏优雅的风度。他总是去攻击，而我不是这样；他会狠狠咬住对方，向对方施加压力——我不是这样；看到对方受伤或者死掉了，他会异常兴奋——我从不这样，我知道总有一天我还要面对他们；他会咆哮，会去威胁——而 40 多年的经验告诉我，咆哮和威胁永远不起作用。我喜欢让对方认为自己“做了一笔天下最好的交易”——比特狗可不管这些。

因此我觉得还要加入一些风度在里面。当然，一想到风度，我就会想起阿富汗猎狗。但是，用阿富汗猎狗作为我的形象代言也存在几个问题。首先，它们是四足动物中最蠢的了。我可能算不上是最聪明的人，但我知道我不是最蠢的。其次，他们需要大量的关注与照顾，而我几乎不需要这些。最后一点，他们谨小慎微，我却不。

杜伯曼猎狗也有优雅的一面。我妻子琼养了一只特别出色的杜伯曼猎狗，我和它相处了许多年。这种狗和我非常像——好斗、精明、不需要太多的照顾。可话说回来，它让人感到畏惧，人们看到它就会躲到马路另一边去，而我不是这样，人们每隔一天就给我打电话，想和我做交易。没有人



想和一只杜伯曼猎犬打交道。不过，我倒是很喜欢它们那种微妙的能力，让人既畏惧又敬佩。

另外还有英国的大驯犬。我一生中养了四只这种狗，所以对它可能有点偏爱。不过，它和我也确实有某些相像的地方：高大、随意、很好养，非常忠心而且非常非常勇猛。一眼看上去，它们似乎非常可怕，但是一旦你了解了它们，就会爱上它们。不管什么时候只要和它们在一起，你就得准备一块“口水布”，因为它们的口水会淌得你满身都是——而你必须接受这一切，把这看成是它的一部分。（这其中的道理有点像有失必有得。）

所以，在本质上我是英国大驯犬（不要和牛头驯犬搞混了，那种狗体型小得多，而且非常女气）。

问：要想在销售中取得非凡的成绩，最重要的两点是什么？

戴维：这个问题就好答多了。

首先，永远要站在客户的立场上去考虑问题。你要对自己说：“如果我是这个目标客户的话，为什么要和我这个人做生意呢？”考虑一下目标客户的工作中有哪些方面是他所厌恶和急于摆脱的。如果你能够找到这个关键所在，那你只要按下这个键，基本上就能让他说出你想让他说的话了。要学会像目标客户那样去思考问题，为他服务，让他的生活轻松起来，而你也将取得成功的销售业绩。

戴维在向我推销的时候，只是说：“如果我能替你实现 XYZ，你是否愿意付出百分之 X？”我说：“如果你真的能做到，这笔

生意就是你的了！”就是这么简单！

“他们要什么就给什么！”

第二点就是交流。假设你去机场赶乘上午九点的飞机，而到了之后才发现，前一天晚上十一点钟这个航班就被取消了，那你一定怒不可遏。“你们为什么不通知我？我本可以另行安排的。”所以，一旦你答应某人在星期二给他提供某些信息，而你却不能如约履行，那么尽快给他打电话，告诉他：“布莱尔，我今天不能如约为你提供那些信息了，不过我会在星期三中午十一点以前把信息给你的。我会打电话把数据告诉你，然后再给你发送一份确认的传真。如果你到时候不在办公室，我会给你发送一份电子邮件，这样不管你在哪儿都能收到这些信息。”一定要给对方回话，及时回话，揣测客户的需求，在他们开口之前主动提出你愿意满足他们的需求。当你完成一项工作的时候，要给客户打电话，让他及时了解情况。不要等他给你打电话索要进度报告，要不断和他交流。

真正的猎犬必须具备金毛猎狗的意识

你让我说两点，可我还有第三点要说。那就是，要承担1000%的责任。不要说“东西丢在车上了”这种借口。不要说“事情比我预计的要花更多的时间”，这都是借口。不要说“我的资料员今天没来”，这同样也是借口。不要找借口。如果你把事情弄糟了，就必须承担你该承担的责任。

“你好，布莱尔。我答应昨天给你快递过去一个手册，可现在它还没出来呢，我很抱歉，我今天就把它递过去。请接受我的道歉，我没把事情做好。”



就得这样做，我的朋友。

戴维是一个真正的主人。

我们在本书开始的时候还揭示了另外一些误区。我希望你能认识到销售狗意识的价值所在，哪怕你没有涉足这个领域。事实上，我们都在随时随地进行推销或谈判。不是每一个人都是一只活跃在职业舞台上的销售狗。你也许断定了销售不合你的胃口，你也许认为自己目前的工作领域和销售没有关系，因此，你那天生的“狗性”可能就还处于休眠状态。

不过，不管你做什么，了解自己在日常交际中的秉性对你取得成功也是至关重要的。我们人类总是以为大家都和自己一样，比如，如果你是一个经理人，你可能很不愿意去代理一项具体的工作，因为你觉得这项工作太讨厌了。事实上，你厌恶的事情很可能很合另一个人的胃口。所以，你要能够识别周围的人都属于哪个品种的销售狗，这一点非常有价值，而且其价值远远超出了销售本身。你和哪种狗结了婚？你的朋友是哪种狗？你的老板呢？了解你周围的人的行为特征和性格特征，有助于你和他们更好地沟通，更和睦地相处。

要想在这个行业中生存并发展，你不一定非要有犀牛那样厚的皮，不一定非要有外出觅食的老虎那样的杀手本能。你也不必为了从生活中得到你想要的东西而成为另一种人。你可以做你自己，你可以像自己想像的那样成功，只要你忠于自己，了解自己的天赋和长处，学会控制自己的思维和情绪。

我相信，最具挑战性的职业就是那些能够给你提供机会去影响他人、说服他人并向他人推销的职业。除此之外，还有什么能让你不得不面对自己、认清自己究竟是谁、在每一天里都对自己

进行剖析并看个究竟的呢？伟大的推销员四处皆是，有的已经战斗在最前线了，而有的还待在那里处于休眠状态。我猜你——就在眼下——就有可能成为一只不屈不挠的猎狗，这样的狗都是能给社会带来巨变、推动社会发展、给社会带来震撼的了不起的人物。

作为一只销售狗，有的时候你必须面对拒绝、失望和沮丧。你还会经历人生中的激动、兴奋、热情以及成功的惊喜。这是一种很不稳定的生活状态，但是它每时每刻都会为你提供机会，使你有可能成为你能够成为的最出色的人。

狗从不放弃，它们自始至终都充满热情和乐观向上的精神。销售狗也确实就是为此而生的。我们都有能力去面对自己的恐惧，都有能力去推销，都有能力去实现自己最大的理想，都有这种追捕的意志力，都有能力乐观地对待自己可能得到的机遇。

不论是你的销售人员、你的员工、你的合作伙伴还是你的孩子，他们都爱赢。你的工作就是把自己最出色的东西发挥出来，这样你就能转而把他们最出色的东西激发出来，让他们体味赢的滋味。一切原本就在那里。如果你对做这样一件事情有着天生的激情，那你将成为群体的领袖人物，将激发一大群人。你将成为赢家，而你的群体也将成为赢家。你将对成千上万的人的生活有所触动，虽然你可能永远也不会直接去面对这些人，但他们的生活以及他们的事业将因为你的努力而变得更加美好。

你还要记住，“每一只狗都有属于它的那一天。”这一天迟早会到来，成功是早晚的事。你要保证的就是采用恰当的方法和手段去扩大战果——庆祝胜利、享受胜利。

作为人类，我们所看见的大部分事物都会留在我们的记忆中。当我们看到了一个微笑，记忆会告诉我们，这是认可的标

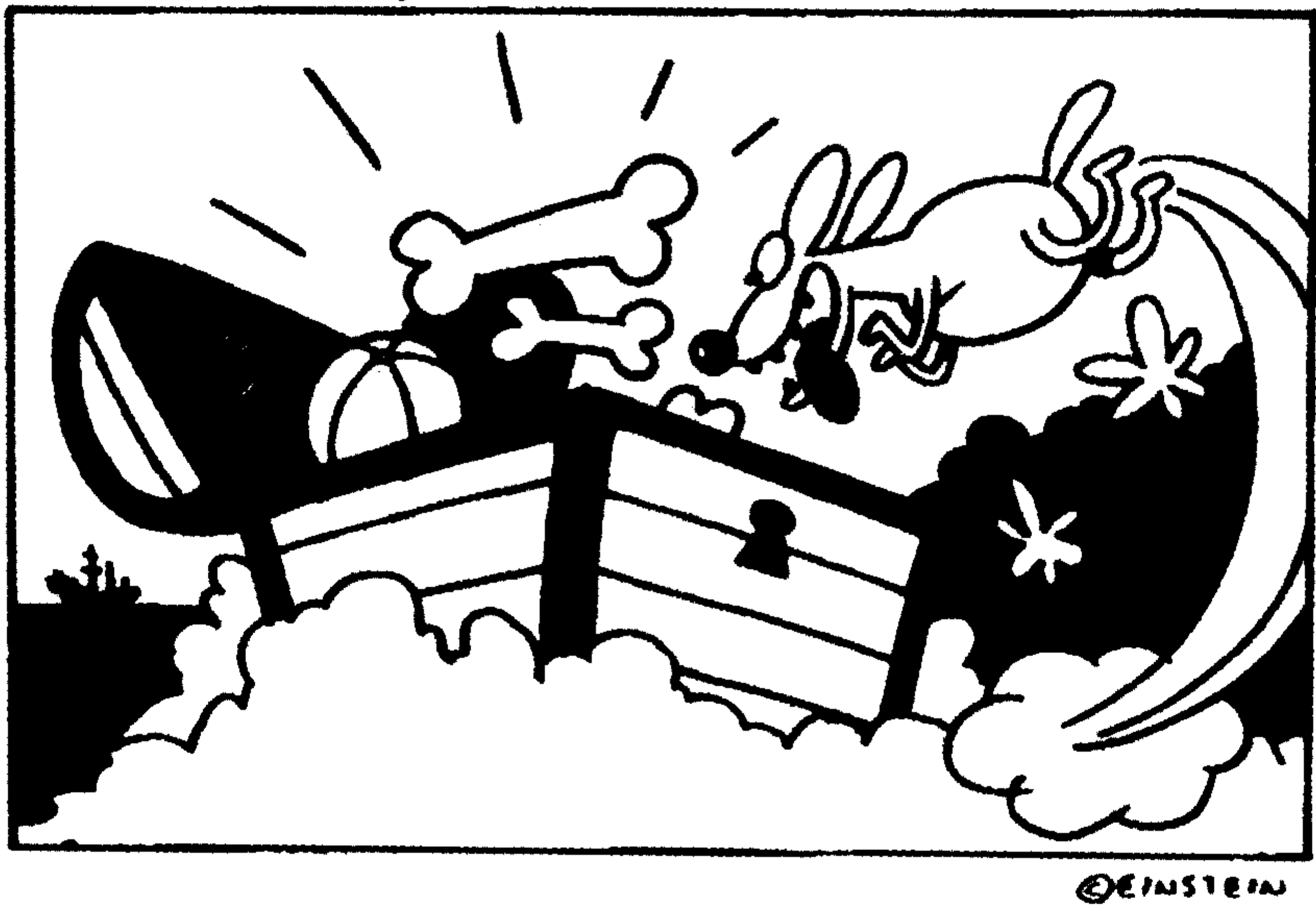


志；当我们看到一个熟悉的面孔，记忆会让我们想起一个朋友。但是销售狗的记忆中只有他们嗅到的东西。当交易的气息被他们的嗅觉感官所熟悉时，他们就能够从几英里以外的地方一路寻来。猎物的气息也是一样。相信你的嗅觉，并教会你的销售狗也这样去做。

做情绪的主人，这样你就可以享受自由、享受支配一切的权力，因为你知道你正在把握自己的生活，你就坐在掌握方向盘的位置上，没有人能把它从你手中夺走。

最后一句建议

“了不起的推销员是天生的还是后天培养出来的？”——对此人们仍在激烈地争辩着，而我让你自己来定夺。只有你能作出



判断。我们具备非凡的潜力，完全有可能成为自己梦想要成为的人物，而且我真诚地希望，如果这本书对你没有产生任何作用，那至少它可以在你的头脑中打开这样一扇窗户，让你看到这个再简单不过的事实。人们都说“狗是人类最好的朋友”。当你踏上征程，在销售世界中拼杀或四处周游时，记住这条最为重要的原则：当一切变得艰巨时（你肯定会面临这样的艰巨局面）记住，要做你自己最好的朋友，好好对待自己——这是你理应拥有的。出色地去追捕，完美地去推销吧！



“富爸爸”顾问系列

富爸爸说：“商务与投资都是团体运动项目。”

——罗伯特·T·清崎，

风靡世界的超级畅销书《富爸爸，穷爸爸》系列作者



“当我还是个孩子的时候就被告知，如果我想变得富有，就必须学会如何与人合作，学会如何进行推销。有了销售的能力，也就有了随时随地创造收入的能力。销售是所有商务活动的主动脉。从销售中你可以领悟到某些最了不起的秘诀，它们能让你得到你想从生活中得到的东西，不仅是财务上的，而且也是精神上的。”

——布莱尔·辛格，公司教育家、服务商、作家

《富爸爸 销售狗》一书为你

- 勾画五个品种的销售狗；
- 揭示五种简明易懂又至关重要的创收技能，教你如何发展源源不断的优质客户，以及如何从事终身销售；
- 教你如何识别你的“品种”，以及如何充分发挥你的强项；
- 为你指明工作步骤，教你如何激励并指导任意一组销售人员，将他们培养成一群精力充沛的蓝带销售狗；
- 教你如何减少销售“体耗”，增加销售成果；
- 教你如何在30秒钟内彻底转变心态，把财运掌握在自己手中。



布莱尔的著作将对“富爸爸”B-I三角形中的交流、系统及产品这三个部分产生影响。

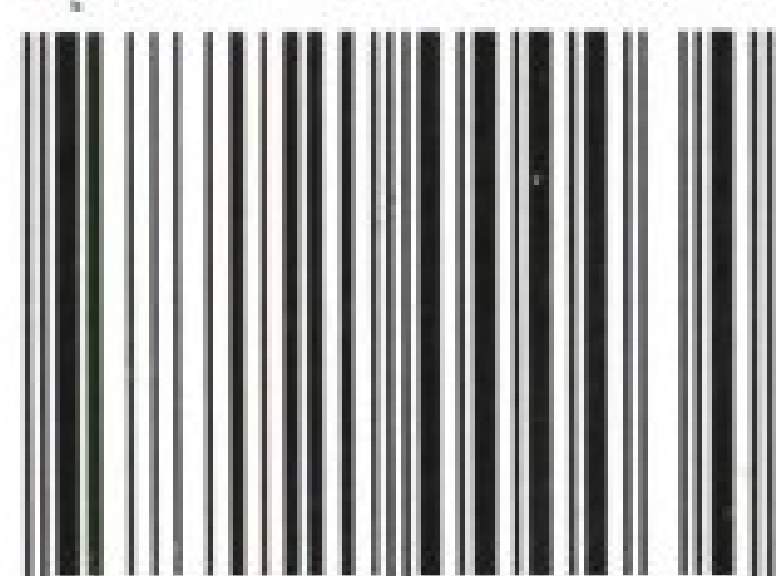
（三角形图案）来自《富爸爸 投资指南》一书中的B-I三角形

寻找更多的顾问来完善 B-I 三角形



Rich Dad's

ISBN 7-121-00003-2



9 787121 000034 >

世纪波文化发展有限公司

咨询电话：(010)68132199



策划：胡祥玫

责任编辑：赵菁

特约编辑：胡祥玫

沐融融

责任美编：牛牛

本书贴有激光防伪标志，凡没有防伪标志者，属盗版图书。

ISBN 7-121-00003-2

定价：23.00 元